

引用格式:张冲,熊娟.短视频使用对中老年人幸福感的影响研究——基于2020年CFPS数据的实证分析[J].中国传媒大学学报(自然科学版),2024,31(03):10-17.

文章编号:1673-4793(2024)03-0010-08

# 短视频使用对中老年人幸福感的影响研究

## ——基于2020年CFPS数据的实证分析

张冲\*,熊娟

(电子科技大学马克思主义学院网络社会治理研究所,成都611731)

**摘要:**基于2020年中国家庭追踪调查数据,运用最小二乘法回归模型和倾向性得分匹配研究短视频使用对中老年人幸福感的影响,并进一步考察人缘关系在短视频使用与中老年人幸福感关系中的中介效应。研究发现:短视频使用可以显著提高中老年人的幸福感,人缘关系在其中起着部分中介作用。为了发挥短视频在中老年人中的积极影响,可通过增强平台适老性、拓宽互动渠道、强化平台治理等方式促进短视频平台的健康发展,提高中老年群体的网络参与度,为积极老龄化提供新媒体支持。

**关键词:**短视频使用;中老年人;幸福感;倾向性得分匹配;中介效应

**中图分类号:**C913.6 **文献标识码:**A

## Study of the effect of short video usage on the well-being of middle-aged and elderly people——an empirical analysis based on the 2020 CFPS data

ZHANG Chong\*, XIONG Juan

(Institute of Network Social Governance, School of Marxism, University of Electronic Science and Technology of China, Chengdu 611731, China)

**Abstract:** Based on the 2020 China Family Panel Studies survey data, in this study ordinary least square regression models and propensity score matching were employed to examine the impact of short video usage on the sense of happiness among middle-aged and elderly individuals. Additionally, the mediating effect of social relationships in the relationship between short video usage and the sense of happiness was investigated. The findings reveal that short video usage significantly enhances the sense of happiness among middle-aged and elderly individuals, with social relationships partially mediating this relationship. To harness the positive influence of short video platforms on this demographic, promoting the healthy development of these platforms by enhancing their elderly-friendliness, expanding interactive channels, and strengthening platform governance can facilitate greater online engagement among middle-aged and elderly individuals and provide new media support for active aging.

**Keywords:** short video usage; middle-aged and elderly individuals; sense of happiness; propensity score matching; mediating effect

基金项目:国家社科基金重点项目(21ARK001)

作者简介(\*为通讯作者):张冲(1985-),男,博士,副教授,主要研究方向为网络社会学。Email:chongzhang1@163.com;熊娟(1999-),女,硕士研究生,主要研究方向为马克思主义中国化。Email:971947396@qq.com

## 1 引言

在传统媒体与新兴媒体融合发展的全媒体时代,短视频逐渐成为一种更受欢迎的媒体形式。短视频是指通过移动智能终端设备拍摄、剪辑和美化,并且可以方便地分享到社交平台上的较短视频内容,以其体量小、操作简便和智能算法推荐个性化等特点吸引了大批忠实用户<sup>[1]</sup>。根据中国互联网络信息中心发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截止2023年12月中国网民规模已达到10.92亿人,互联网普及率达到77.5%。其中,短视频的用户规模增长最为明显,达到10.53亿,占网民整体的96.4%<sup>[2]</sup>。以上数据表明,相对于传统媒体,短视频作为集信息获取、娱乐、社交等功能于一身的平台在当代网民的网络生活中已经占据重要地位。

短视频使用范围扩张的同时,我国人口老龄化程度亦不断加深。截止2022年末,60岁及以上人口规模为2.8亿人,占总人口的19.8%,比2010年上升了6.5个百分点;45岁及以上人口规模则达到6.6亿人,占总人口的48.2%,比2010年上升14.9个百分点。《2023银发经济洞察报告》数据显示,短视频已经成为银发群体兴趣偏好首位,且对于短视频等app的使用粘性高于全网平均水平<sup>[3]</sup>。在数字化与老龄化相碰撞的时代,中老年人已经成为操作简单的短视频下沉市场中增量最大的用户群体。

因此,本文旨在通过实证研究探讨短视频使用对中老年人幸福感的影响,以期揭示短视频使用如何影响中老年人的幸福感,并进一步提出相关政策、建议,探讨如何引导中老年人合理使用短视频,这对于中老年人福祉的提升、实现积极老龄化、满足中国人民更高层次的精神需求、构建和谐社会和精神文明社会、实现中国式现代化具有重要意义。本文的贡献在于分析了短视频使用对中老年人幸福感的影响,并探讨可能的影响机制,为有关互联网媒体对中老年人幸福感影响的研究提供了新的证据,也有望为未来中老年人拥有更好的数字生活提供有效建议。

## 2 文献综述与研究假设

### 2.1 文献综述

幸福感是指人类基于自身的满足感和安全感而主观产生的一系列欣喜与愉悦的情绪,它不仅能反映个体的心理健康状况,还能为评价社会现代化程度提

供必要的信息<sup>[4-5]</sup>。随着老龄化和数字化的碰撞,研究“短视频使用是否可以给中老年人带来积极的幸福感体验”,不仅有助于为了解中老年群体在新媒体环境下的心理健康提供重要途径,也可为中老年群体提供更多社会支持,促进积极老龄化、健康老龄化、成功老龄化。

但是,从现有研究来看,短视频对中老年人的影响尚未达成一致的结论<sup>[6]</sup>。有学者发现短视频对中老年人幸福感有积极影响:其一,短视频的使用有助于中老年人在新型媒体环境下,借助社会网络中的互动资源避免或尽量减少压力的负面影响<sup>[7]</sup>,维持现有的社会关系和社会支持<sup>[8]</sup>,避免社会孤立<sup>[9]</sup>;其二,短视频使用还有助于用户建立社会认同和社交网络以及现实的社会参与<sup>[10]</sup>,帮助中老年人建立新的社交圈<sup>[11]</sup>,促进社会关系的发展,而且社会参与对主观幸福感有正向预测作用<sup>[12]</sup>,即通过使用短视频建立有意义的社交联系能够对老年人的幸福感产生积极影响<sup>[13-14]</sup>;其三,中老年人还可以通过使用短视频获取积极信息<sup>[15]</sup>,获得新的信息传播、情绪控制和自我表达的方式<sup>[16]</sup>,这也更有利于健康水平和幸福感的提高<sup>[17]</sup>。但有学者认为短视频给中老年人带来的消极影响更大,因为短视频在满足他们的娱乐需求时也不可避免地会因为社会比较等原因出现焦虑、成瘾等副作用<sup>[18]</sup>,并且短视频只是在传播和互动过程中使受众获得了短期的精神满足<sup>[19]</sup>,无法带来长期满足感。还有学者发现短视频对中老年人幸福感没有显著影响,特别是在政治生活方面,研究发现短视频对于中老年人来说具有较低的政治信任<sup>[20]</sup>。而报纸、电视等传统媒体相对于短视频一类的新媒体更能增强受众的信任感,提高幸福感<sup>[21]</sup>。

综上所述,短视频作为一种新兴媒体,由于其篇幅短、互动性高等优点,很容易吸引到用户,在银发群体中更是风靡,但是学界对于新兴媒体是否能给中老年人带来幸福感体验存在争议,短视频使用对中老年人幸福感的影响也褒贬不一,可能是由于短视频媒体属于新兴媒体平台,相关研究还不充分。因此,本文将基于2020年中国家庭追踪调查数据(China Family Panel Studies, CFPS),运用最小二乘法(Ordinary Least Square, OLS)回归模型、倾向性得分匹配(Propensity Score Matching, PSM)、中介效应分析短视频使用对中老年人幸福感的影响。

### 2.2 研究假设

中老年人相对于青年、儿童面临更多物质和精

神上的压力,获取幸福感的渠道更加狭窄,而短视频作为填补人们碎片化时间的娱乐载体,给予了中老年人以便捷的方式去获取信息和娱乐。尽管有学者认为相对于新兴媒体,传统媒体对中老年人的影响更大,但是短视频媒体的出现,“傻瓜式”的操作方式让中老年人也能参与进短视频圈子。中老年人可以使用短视频记录日常,获取更多信息支持和娱乐方式。相关研究表明,在中老年群体中,使用短视频者的自尊、积极情绪和生活满意度高于未使用者<sup>[22]</sup>,在使用短视频过程中,个体所获得的积极体验越多,感知的幸福感水平也更高。因此,提出假设H1。

H1:短视频使用能够促进中老年人幸福感的提升。

在具体的作用路径方面,短视频使用可以促进中老年人人缘关系的发展,从而影响中老年人幸福感。首先,人缘关系对中老年人幸福感具有一定积极影响,结合马斯洛需求层次理论中第三层需求(社交需求)的观点,足以证明在人与人之间联系越发紧密的时代,社会交往对个人心理的重要性。有研究指出,个体的社会交往水平在一定程度上可以显示个体心理健康程度,对个体的幸福感也有显著影响<sup>[23]</sup>。而短视频使用可以在一定程度上通过促进使用者人缘关系的发展进而提高使用者的幸福感。中老年人可以通过短视频平台扩大社交圈,提高人际关系水平<sup>[24]</sup>;弥合现实生活中社会关系网络弱化,提高自我充实感,感受社会联结,促进心理健康。中老年人还可以通过使用短视频这类的新媒体帮助自己更好地适应“个体化”的生活方式,提高自身的社会性。结合相关文献,有研究认为中老年人使用短视频可以通过提升人际交往水平来促进自身幸福感的提高,即社会交往、人缘关系在二者之间起着桥梁作用。因此,基于上述讨论提出假设H2。

H2:人缘关系在中老年群体的短视频使用与主观幸福感之间具有中介作用。

### 3 数据、变量与模型

#### 3.1 数据来源

数据来源于CFPS。CFPS是由北京大学中国社会科学调查中心主持实施,采用计算机辅助调查技术来对研究对象开展访问,旨在通过跟踪收集个体、家庭、社区三个层次的数据,反映中国社会、经济、人口、教育和健康的变迁。文章使用的样本是2020年截面数据。结合本文的特点,选取45岁及以上的中老年人

作为研究对象,剔除部分缺失、无效样本后,共得到11188个有效样本。

#### 3.2 变量选择

被解释变量:幸福感。数据来源于CFPS问卷中QM2016“有多幸福(分)”题项,答项为0到10分,0分代表最低,10分代表最高。

核心解释变量:短视频使用。数据来源于问卷中QU93“是否看短视频”(包括观看小火山、抖音、快手、微视、斗鱼等),选项为“1.是;5.否”,将“是”赋值为1,将“否”赋值为0。

中介变量:人缘关系。数据来源于问卷中的QM2011“人缘关系有多好(分)”,答项为0到10分,0分代表最低,10分代表最高。

控制变量:参考现有研究,本文选择了个人特征、社会经济特征、心理特征和区域等变量作为控制变量。个人特征变量包括性别、年龄、城乡、教育水平、婚姻状况、健康状况以及工作状况。社会经济特征变量包括社会地位和收入水平。心理特征变量包括社会信任感和未来期望。区域参照《2006年中国统计年鉴》对中国大陆东中西部三大区域的划分标准,将大陆的31个省市划分为东部、中部、西部。

各变量的定义及描述性统计见表1。从总体样本来看,个人主观幸福感的均值为7.49,处于对生活感觉比较幸福的状态。就短视频使用方面,在受访者群体中,使用短视频的个体占三成以上,存在大部分人群不会使用短视频的情况。

从控制变量上看,全样本的平均年龄约为59岁。在性别上,男性、女性各占50%;平均教育水平位于“小学”到“初中”之间,说明大多数人还是接受过教育的;已婚人数占比较高;自评健康状况总体趋近于“比较健康”;工作情况方面,受访者多数拥有工作。在社会层面,社会地位自评状况以及收入水平总体上处于中等偏上水平。在个人心理层面,社会信任感处于中等水平,未来期望水平处于高水平。在区域方面,受访者49%来自城镇,城镇和乡村样本数量较为接近。

#### 3.3 研究方法与分析策略

在分析策略上,本文主要基于三步。第一步是OLS回归,估计短视频使用对中老年人幸福感的影响。由于被解释变量“中老年人幸福感”赋值从1至10,近似连续型变量,所以使用OLS模型进行分析,具体模型如式(1):

表1 各变量描述性统计结果(N=11188)

变量类型	变量名称	变量定义	均值	标准差
被解释变量	幸福感	0-10分	7.49	2.20
解释变量	是否使用短视频	使用=1,不使用=0	0.31	0.46
中介变量	人缘关系	0-10分	7.23	1.98
个人特征	性别	男性=1,女性=0	0.50	0.49
	年龄	45-95岁	58.82	9.34
社会经济特征	城乡	城镇=1,农村=0	0.49	0.49
	教育水平	文盲/半文盲=1,小学=2,初中=3,高中/中专/技校/职高=4,大专=5,大学本科=6,硕士=7,博士=8	2.41	1.21
	婚姻状况	有配偶=1,没有配偶=0	0.88	0.32
	健康状况	不健康=1,一般=2,比较健康=3,很健康=4,非常健康=5	2.80	1.24
	是否工作	是=1,否=0	0.64	0.47
	社会地位	1-5分	3.30	1.09
	收入水平	1-5分	3.04	1.12
心理特征	社会信任感	信任=1,怀疑=0	0.57	0.49
	未来期望	1-5分	4.16	0.97
区域	区域	东部=1,中部=2,西部=3	1.86	0.82

$$Happiness_i = C_0 + C_1 Svideo_i + C_{2n} control_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

式(1)中, $Happiness_i$ 为因变量,表示中老年人*i*的幸福感; $Svideo_i$ 表示中老年人*i*是否使用短视频的情况, $control_i$ 表示一系列影响中老年人幸福感的控制变量,包括个体、家庭、社会等层面的变量, $C_0$ 为常数项, $C_1$ 与 $C_{2n}$ 为待估参数, $\varepsilon_i$ 为随机扰动项。

然而,由于使用短视频和不使用短视频的人群可能在可观测的特征上存在系统性差异,基于OLS回归容易导致估计偏误,为降低样本选择性所带来的偏差影响,本文第二步采用倾向性得分匹配的方法进行稳健性检验,以期控制样本的选择性。第二步主要流程为:(1)根据一系列影响个体是否使用短视频的因素或特征变量建立Logit模型进行预测,估计样本中每一个人使用短视频的倾向值;(2)使用该倾向值进行匹配;(3)基于匹配样本进行干预估计,得到处理组和控制组的平均差异以估计平均处理效应。文章使用了近邻匹配、卡尺匹配、核匹配3种匹配方法。

为深入探究短视频使用对中老年人幸福感的影响机制,本文第三步使用逐步回归检验法和Bootstrap法进行中介效应检验。依据研究假设,重点考察人缘关系这一变量的中介作用。通过逐步回归法检验人缘关系在短视频使用与中老年人幸福感之间的中介效应,利用Bootstrap法计算中介效应占比。逐步检验的中介效应检验模型设定如式(2)~式(4)所示:

$$Happiness_i = c Svideo_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

$$Relationships_i = a Svideo_i + \varepsilon_2 \quad (3)$$

$$Happiness_i = c' Svideo_i + b Relationships_i + \varepsilon_3 \quad (4)$$

其中, $Happiness_i$ 和 $Svideo_i$ 如前所述, $Relationships_i$ 代表中介变量人缘关系。 $c$ 为短视频使用对幸福感的总效应, $c'$ 为直接效应, $a$ 为短视频使用对中介变量人缘关系的效应, $b$ 是在控制自变量影响后,人缘关系对幸福感的效应, $ab$ 为中介效应。 $\varepsilon_1$ 、 $\varepsilon_2$ 、 $\varepsilon_3$ 为误差项。

## 4 实证分析

### 4.1 OLS回归分析

表2为短视频使用对中老年人幸福感所产生影响的基准回归结果。从回归(1)和回归(2)的结果来看,在逐步控制个体层面、社会经济层面和心理层面可能影响结果的变量后,短视频使用均对中老年人幸福感呈正向作用,在1%的统计水平上显著,相比于不使用短视频的中老年人,使用短视频的中老年人幸福感更高。因此,假设H1得到验证,短视频使用能够有效提升中老年人幸福感。

在控制变量方面,根据回归(2)的回归结果看,年龄越大,幸福感越强;与农村中老年人相比,城镇中老年人的幸福感更强,可能是因为相比于农村,城镇拥有良好的生活环境,更加便利的生活设施,物质条件和生活水平都更高。教育水平对中老年人幸福感也有突出的正向影响,受教育水平越高,幸福感越强。此外,与没有配偶的中老年人相比,有配偶的中老年人幸福感更强。与健康状况较差的中老年人相比,身

体健康的中老年人幸福感更强,与工作中的中老年人相比,退休或未工作的中老年人幸福感更强。同时,社会地位、收入水平也均对幸福感产生显著的正向影响;在心理层面,社会信任与未来期望水平同样对中老年人幸福感的提升具有正向作用。

表2 短视频使用对中老年人幸福感影响的OLS回归结果

变量名称	回归(1)		回归(2)	
	回归系数	标准误	回归系数	标准误
短视频使用	0.149***	0.047	0.121***	0.040
区域	-0.106***	0.024	-0.117***	0.021
性别	-0.115***	0.042	0.005	0.035
年龄	0.038***	0.002	0.019***	0.002
城乡	-0.010	0.043	0.085**	0.036
受教育程度	0.053***	0.019	0.068***	0.015
有无配偶	0.789***	0.064	0.533***	0.054
是否工作	-0.125***	0.048	-0.197***	0.040
健康状况	0.394***	0.016	0.180***	0.014
社会地位			0.105***	0.019
收入水平			0.116***	0.018
社会信任			0.187***	0.034
未来期望			0.561***	0.019
人缘关系			0.387***	0.009
N	11187		11187	
R <sup>2</sup>	0.081		0.339	

注:\*\*\*、\*\*、\*分别表示在1%、5%、10%水平上显著。

### 4.2 倾向性得分匹配

由于是否使用短视频与幸福感之间可能存在自选择问题,选择使用短视频与不使用短视频的人群之间本身的幸福感可能就存在差异。因此,如果只是简单地使用OLS模型来估计短视频对幸福感的影响,所得到的结果可能是有偏的。此外,个体的幸福感还会受到个人的性格、观念等不可观测变量的影响,因此在短视频使用与幸福感之间可能会存在内生性问题。为此,继续采用倾向性得分匹配对是否使用短视频的处理效应进行估计与检验。为保证计量结果的稳健性,本文选择k近邻匹配、卡尺匹配、核匹配三种匹配方法。

为确保匹配质量和估计结果的可靠性,需要进行平衡性检验。图1至图3直观地显示了各控制变量在匹配前后的变化,从中可以看出,匹配后控制组和处理组差异明显缩小,各变量标准化偏差均在10%以内,验证了本文使用倾向得分匹配法的科学性和合理性。

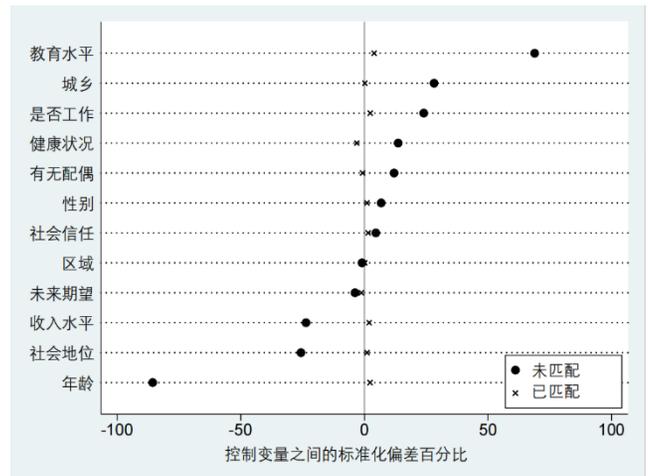


图1 各变量匹配前后的标准化偏差变化(k近邻匹配)

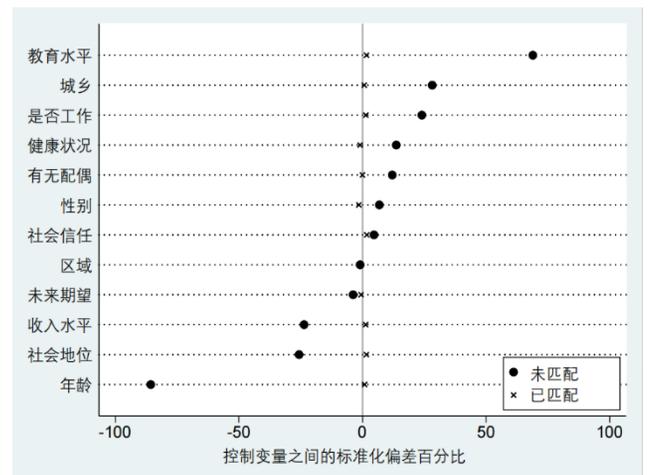


图2 各变量匹配前后的标准化偏差变化(卡尺匹配)

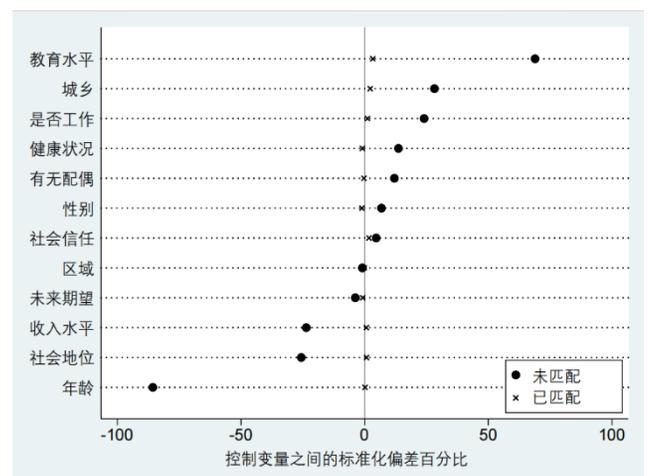


图3 各变量匹配前后的标准化偏差变化(核匹配)

表3说明了短视频使用对中老年人幸福感的平均处理效应。估计结果表明,消除了处理组和控制组的样本选择偏差后,短视频使用对中老年人幸福感的提升效应依然在5%的水平上显著。具体而言,采用K

近邻匹配、卡尺匹配和核匹配法控制了两组之间的样本异质性之后,使用短视频对中老年人幸福感的提升效应在12.9%-14.5%之间,进一步佐证了假设H1,即使用短视频可以显著提升中老年人幸福感。

表3 短视频使用对老年人幸福感的平均处理效应

匹配方法	样本	Difference	标准误	T值
k近邻匹配	Unmatched	-0.005	0.044	-0.12
	Matched	0.145**	0.062	2.33
卡尺匹配	Unmatched	-0.005	0.044	-0.12
	Matched	0.129**	0.052	2.46
核匹配	Unmatched	-0.005	0.044	-0.12
	Matched	0.130**	0.051	2.51

注:\*\*\*、\*\*、\*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

### 4.3 中介效应检验

OLS回归结果表明,人缘关系对中老年人幸福感有积极影响,根据理论假设,进一步采用逐步检验法和bootstrap法考察人缘关系在短视频使用与中老年人幸福感关系中的中介效应,结果如表4所示。由于本文幸福感、人缘关系皆为连续型变量,因此列(1)、(2)、(3)皆采用OLS模型估计回归系数,结果如表4所示。

从列(1)来看,控制中介变量前,短视频使用与中老年人幸福感正相关,结果与前文一致。从列(2)来看,短视频使用与人缘关系呈正相关。列(3)加入中介变量后,短视频使用对中老年人依然呈显著的正向影响,人缘关系对中老年人幸福感也是显著的正向影响。综上,中介效应检验模型中的系数 $c$ 、 $c'$ 、 $a$ 、 $b$ 皆显著,结合中介效应检验流程可以推测<sup>[25]</sup>,人缘关系在短视频使用与中老年人幸福感的系统中存在部分中介效应,假设H2得到验证。

表4 人缘关系的中介作用依次检验结果

变量	(1)		(2)		(3)	
	回归系数	标准误	回归系数	标准误	回归系数	标准误
人缘关系← 短视频使用 幸福感←			0.141***	0.042		
短视频使用 人缘关系	0.176***	0.043			0.121***	0.040
控制变量	YES		YES		YES	
N	11187		11187		11187	
Pseudo R2	0.230		0.109		0.339	

注:\*\*\*、\*\*、\*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

根据表5的bootstrap中介效应估计结果显示,总效应、直接效应、间接效应依次为0.176、0.121、0.054,估计结果显著。说明短视频使用与中老年人幸福感之间确实存在人缘关系的中介效应,且中介效应占比为30.7%。短视频使用通过提高人缘关系水平增强了短视频使用对中老年人幸福感的总效应。由此可见,短视频使用不仅丰富了中老年人的生活方式,同时还拓宽了中老年人社会交往和社会参与的渠道,从而增强了中老年人的人际交往,并促进其幸福感的提高,这与以往研究结论一致<sup>[26]</sup>。

表5 人缘关系在短视频使用对中老年幸福感影响中的中介效应

	标准化系数	标准误	P值	95%置信区间
总效应	0.176	0.042	0.000	[0.094, 0.259]
直接效应	0.121	0.039	0.002	[0.045, 0.198]
间接效应	0.054	0.015	0.000	[0.024, 0.085]
中介效应占比	30.7%			

## 5 讨论

本文基于2020年中国家庭追踪调查数据(CFPS),运用OLS回归和倾向得分匹配研究短视频使用对中老年人幸福感的影响,同时,将人缘关系作为中介变量纳入考察,更加全面地反映短视频使用与中老年人幸福感的影响路径。

第一,短视频使用可以有效提高中老年人幸福感,验证了假设H1。研究发现,使用短视频的中老年人相比于没有使用短视频的中老年人幸福感水平更高。结论与既往研究相符,在控制年龄与性别的影响后,使用短视频会正向预测个体幸福感<sup>[27-28]</sup>。相关研究证明,短视频可以通过社会交往和休闲娱乐两个方面来影响幸福感。首先,短视频可以拓宽中老年人社交范围,提高社会互动水平和社会适应性<sup>[29]</sup>。中老年人可以利用短视频的智能算法功能,更迅速地找到兴趣圈子和志同道合的其他用户,从而获得更多认同感。其次,在休闲娱乐方面,短视频也填充了中老年人的闲暇时间,中老年人可以利用碎片时间浏览短视频推送的新闻热点丰富生活话题,获取健康信息改善身体健康<sup>[30]</sup>,从而提升生活质量<sup>[31]</sup>。

第二,人缘关系在短视频使用与中老年人幸福感之间起着部分中介的作用,验证了假设H2。即中老年人可以在使用短视频的过程中通过获取更好的人际关系来提高自身的幸福感。与既往研究相符,中老年人在使用的过程中可能通过影响人际交往进而提

高生活满意度<sup>[32]</sup>。人缘关系分为原有关系和新的关系,根据网络增益理论,短视频可以作为维持现有关系或建立新联系的有效手段<sup>[31]</sup>,中老年人使用短视频最初大多是熟人推荐或者子女技术支持,因此使用短视频过程中会加深与子女、熟人的联系,维持原有关系;而在使用过程中中老年人又会发现具有共同爱好的新朋友,从而建立新的社交联系,有助于中老年人积极融入社会、幸福度过晚年生活。

鉴于短视频使用对中老年人幸福感的积极影响,政府应号召短视频平台方增强平台适老性。首先,短视频平台可以提供语音引导、即时对话等服务为有需求的中老龄群体创造良好的使用空间。其次,可以拓宽互动渠道,打造“短视频+社交”模式。强化线上交流与线下活动的互动,给中老龄群体带来更多生活便利与社会支持。最后,政府还应积极强化短视频平台治理,创建安全传播平台,加强内容审核,警惕“有害内容”对中老年群体潜移默化的影响。

文章首先将心理学理论和实证方法相结合,基于最新数据最大范围搜寻适合样本,运用OLS模型探究变量之间的相关性,不仅为探究短视频使用与中老年人幸福感之间的关系提供了数据支持,也可以为有关短视频影响力研究或者幸福感研究提供相应观点。其次,针对短视频使用和个体幸福感之间可能存在样本选择偏差导致的内生性问题,采取倾向得分匹配方法来处理,运用随机化的方法,将研究对象分为试验组和对照组,从而加之对比来控制研究中的偏差。最后,引入“人缘关系”这一中介变量探究短视频使用影响中老年人主观幸福感的具体路径,丰富文章内容脉络。

同时还必须承认研究中的几个局限性:第一,缺少异质性研究,由于样本个体之间存在着城乡差异、区域差异、教育水平差异等,所取得研究成果更趋一般性,还缺少特殊性讨论,对于特定区域、特殊情况的群体可能并不具有适应性。第二,在关于解释变量的选择时,只考虑了是否使用短视频的两种情况,缺少对短视频使用频率的进一步研究,随着短视频使用频率的由低到高,或许这对中老年人幸福感也有不同影响。因此,只依据是或否两种情况来判定短视频使用对中老年人幸福感的影响或许不够严谨。此外,现有研究对于短视频使用是否可以提高幸福感存在争议,但是主要分歧在于短视频使用方式和频率的不同。在使用方式上,有学者认为被动使用短视频即只是观看视频会降低幸福感,主动使用如在线发布视频会提高幸福感<sup>[28]</sup>。因此,未来研究可以按方式、频率高低

来探索短视频使用和中老年人幸福感的关系,从而更全面地揭示短视频使用、中老年人幸福感之间的关系。并且,由于样本个体之间存在着城乡差异、区域差异、教育水平差异等,未来可以引入异质性研究,分情况来探究短视频使用与中老年人幸福感的关系。

#### 参考文献(References):

- [1] Wang Y. Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of TikTok (Dou Yin) [J]. *Computers in Human Behavior*, 2020, 110: 106373.
- [2] 中国互联网信息中心. 第53次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2023-03-02) [2023-04-02]. <https://www3.cnnic.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>.
- [3] QuestMobile研究院. QuestMobile2023银发经济洞察报告[EB/OL]. (2023-11-07) [2023-12-02]. <https://www.questmobile.com.cn/research/report/1721777249575866370>.
- [4] Diener E. Subjective well-being [J]. *Psychological Bulletin*, 1984, 95(3): 542-575.
- [5] Suh E, Diener E, Fujita F. Events and subjective well-being: only recent events matter [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1996, 70(5): 91-102.
- [6] Mahmoud W S, Abu Daabes A S. Does social media affects users' well-being [C] // 2019 International Arab Conference on Information Technology (ACIT), 2019: 78-80.
- [7] Thoits P A. Stress, coping, and social support processes: where are we? what next? [J]. *Journal of Health and Social Behavior*, 1995, 53-79.
- [8] Schreurs K, Quan-Haase A, Martin K. Problematizing the digital literacy paradox in the context of older adults' ICT use: aging, media discourse, and self-determination [J]. *Canadian Journal of Communication*, 2017, 42(2): 359-377.
- [9] Ahn D, Shin D H. Is the social use of media for seeking connectedness or for avoiding social isolation? mechanisms underlying media use and subjective well-being [J]. *Computers in Human Behavior*, 2013, 29(6): 2453-2462.
- [10] Wei L, Gao F. Social media, social integration and subjective well-being among new urban migrants in China [J]. *Telematics and Informatics*, 2017, 34(3): 786-796.
- [11] Yu R P, Mccammon R J, Ellison N B, et al. The relationships that matter: social network site use and social wellbeing among older adults in the United States of America [J]. *Ageing & Society*, 2016, 36(9): 1826-1852.
- [12] Chen E, Wood D, Ysseldyk R. Online social networking and mental health among older adults: a scoping review [J]. *Canadian Journal on Aging*, 2021: 1-14.
- [13] Clark J L, Algoe S B, Green M C. Social network sites and well-being: the role of social connection [J]. *Current Directions in Psychological Science*, 2018, 27(1): 32-37.

- [14] Apaolaza V, Hartmann P, Medina E, et al. The relationship between socializing on the Spanish online networking site Tuenti and teenagers' subjective wellbeing: the roles of self-esteem and loneliness[J]. *Computers in Human Behavior*, 2013, 29(4): 1282-1289.
- [15] Romer D, Bagdasarov Z, More E. Older versus newer media and the well-being of united states youth: results from a national longitudinal panel[J]. *Journal of Adolescent Health*, 2013, 52(5): 613-619.
- [16] Bi X, Tang C. Research on the motives affecting the behavior of short video's creators[J]. *IEEE Access*, 2020, 8: 188415-188428.
- [17] Szabo A, Allen J, Stephens C, et al. Longitudinal analysis of the relationship between purposes of internet use and well-being among older adults[J]. *The Gerontologist*, 2019, 59(1): 58-68.
- [18] Peng C, Lee J Y, Liu S. Psychological phenomenon analysis of short video users' anxiety, addiction and subjective well-being[J]. *International Journal of Contents*, 2022, 18(1): 27-39.
- [19] Li X, Zhang W. Research on short video content and communication—taking Li ziqi as an example[J]. *Frontiers in Art Research*, 2020, 2(4): 1-4.
- [20] Geron A. Internet, news, and political trust: the difference between social media and online media outlets[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2015, 20(5): 487-503.
- [21] Hong Y, Zhang Y, Zhang P. Political news and happiness: the difference between traditional media and new media use[J]. *Chinese Journal of Communication*, 2020, 13(4): 370-388.
- [22] Lee Y, Hwang S. Factors influencing the happiness of the new silver generation: using 2017 Korea Media Panel Survey[J]. *Journal of Leisure Studies*, 2019, 17(1): 31-48.
- [23] Hays R D, Shapiro M F. An overview of generic health-related quality of life measures for HIV research[J]. *Quality of Life Research*, 1992, 1(2): 91-97.
- [24] Neves B B, Franz R L, Munteanu C, et al. Adoption and feasibility of a communication app to enhance social connectedness amongst frail institutionalized oldest old: an embedded case study[J]. *Information, Communication & Society*, 2018, 11: 1681-1699.
- [25] Baron R M, Kenny D A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations[J]. *Chapman and Hall*, 1986, 51(06): 1173-1182.
- [26] Hwang E J, Sim I O. The structural equation modeling of personal aspects, environmental aspects, and happiness among older adults living alone: a cross-sectional study[J]. *BMC Geriatrics*, 2021, 21(1): 479.
- [27] Pan W, Mu Z, Zhao Z, et al. Female users' TikTok use and body image: active versus passive use and social comparison processes[J]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2023, 26(1): 3-10.
- [28] Wu Y, Wang X, Hong S, et al. The relationship between social short-form videos and youth's well-being: it depends on usage types and content categories[J]. *Psychology of Popular Media*, 2021, 10(4): 467-477.
- [29] He T, Huang C, Li M, et al. Social participation of the elderly in China: the roles of conventional media, digital access and social media engagement[J]. *Telematics and Informatics*, 2020, 48: 101347.
- [30] Basch C H, Hillyer G C, Jaime C. COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages[J]. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 2022, 34(5): 367-369.
- [31] Ali T, Nilsson C J, Weuve J T, et al. Effects of social network diversity on mortality, cognition and physical function in the elderly: a longitudinal analysis of the Chicago health and aging project (CHAP) [J]. *Journal of Epidemiol Community Health*, 2018, 72(11): 990-996.
- [32] Shapira N, Barak A, Gal I. Promoting older adults' well-being through internet training and use[J]. *Aging & Mental Health*, 2007, 5: 477-484.
- [33] Pénard T, Poussing N. Internet use and social capital: the strength of virtual ties[J]. *Journal of Economic Issues*, 2010, 3: 569-595.

编辑:赵志军