

基于扎根理论的图文社区老年用户信息交流行为影响因素研究^{*}

卢恒¹ 李文洁¹ 石剑兰²

(1. 陕西师范大学新闻与传播学院, 西安 710119; 2. 陕西省社会科学院信息中心, 西安 710065)

摘要: 探索图文社区老年用户信息交流行为的影响机理, 对于解决老龄化背景下平台现存的“不适老”问题具有重要意义。以被称为“老红书”的图文社区美篇App为研究情境, 在扎根理论的指导下通过半结构化访谈和网络爬虫获得原始资料, 再使用Nvivo 11.0软件对原始资料进行三级编码, 最终构建图文社区老年用户信息交流行为影响机理模型。研究表明用户需求、用户感知、信息质量、社区认同和同伴影响是图文社区老年用户信息交流行为的重要影响因素。与年轻人社区相比, 美篇App内老年用户的精神追求凸显。研究结果可为平台的运营管理和适老化设计提供参考建议。

关键词: 图文社区; 信息交流; 老年用户; 美篇App

中图分类号: G252 **DOI:** 10.3772/j.issn.1673-2286.2023.08.009

引文格式: 卢恒, 李文洁, 石剑兰. 基于扎根理论的图文社区老年用户信息交流行为影响因素研究[J]. 数字图书馆论坛, 2023 (8): 77-86.

老年群体正在加速融入网络社会, 截至2022年12月, 我国60岁及以上老年网民数量达1.52亿人, 互联网普及率达57.1%^[1]。值得注意的是, 部分“触网”的老年用户正活跃于各类网络社区并像年轻人一样创作内容、交流互动, 这些社区为被视作“数字移民”或“数字难民”的老年人提供了网络世界中依靠的空间, 其中被称为“老红书”的图文社区美篇App表现突出。不同于面向年轻人的主流社区, 美篇App以银发群体的需求为出发点创立, 作为老年人交流信息的重要媒介, 美篇App目前已成为老年用户网络社交产品中的头部软件。据老年商业研究机构AgeClub发布的《2021中国中老年互联网产品洞察报告》, 美篇App的中老年用户数量已达到1.07亿人, 仅次于今日头条和微信^[2]。以美篇App为代表的图文社区不仅为老年人提供自我形塑和自我实现的渠道, 也帮助其构建网络社交关系并扩大社交圈。在老

年人不断涌入网络空间的情境下, 对平台进行适老化改造以满足老年人需求已是大势所趋。然而, 目前多数平台仍在原有基础上做局部调整以开展适老化改造, 未能针对老年群体信息交流的独特机理进行深度改造。了解老年用户信息交流行为的影响因素是保障老年群体在网络空间中“老有所依”的必要环节, 也是平台优化运营管理的前提和促进适老化改造的重要基础。因此, 如何基于老年用户的使用特征, 有针对性地对平台进行适老化改造, 是学界和业界普遍关注的问题。

随着各大平台的适老化改造持续推进, 老年用户信息交流行为也成为学界近年来关注的热点。目前国内学者更关注老年人在头部App如微信^[3]、Twitter^[4]中的信息交流行为, 而针对图文社区老年用户信息交流行为为影响因素的研究则相对较少。信息交流行为是指信息主体通过一组信息通道开展的信息交换行为^[5]。基于

收稿日期: 2023-06-08

^{*}本研究得到陕西师范大学中央高校基本科研业务费专项项目(青年教师自由探索项目)“数智时代下虚拟学术社区知识聚合及服务创新研究”(编号: 2023KYQDF0013)资助。

此, 本文将图文社区老年用户信息交流行为界定为, 在图文社区情境下老年用户与其他用户之间通过信息接口开展行为互动、信息交换和感知反馈的过程, 具体包括浏览、点赞、评论和转发等行为。老年用户有特定的个人偏好、使用行为特征和内容选择倾向, 以美篇App为代表的图文社区聚焦老年人的需求, 搭建了属于老年用户的话语生态圈, 因而在图文社区情境下老年用户信息交流行为表现出不同于一般社交媒体中老年用户信息交流行为的特征。因此, 有必要探究老年用户在“主场”环境中的信息交流行为。

基于此, 本研究试图解决2个问题: ①有效影响图文社区老年用户信息交流行为的因素有哪些? ②如何基于老年用户信息交流行为的影响机理对图文社区进行适老化改造? 本研究以扎根理论为指导, 探究图文社区老年用户信息交流行为的影响因素, 并分析各因素对老年用户信息交流行为的作用路径。在理论层面上, 探究图文社区老年用户信息交流行为的影响机理, 对老年群体信息行为研究体系进行补充; 在实践层面上, 可为图文社区的运营管理提供建议, 也能为平台的适老化设计提供参考。

1 相关文献回顾

1.1 社交媒体用户信息交流行为相关研究

1978年, 第一个网络论坛(Bulletin Board System, BBS)正式推出, 帮助用户在虚拟空间发布获取信息、建立人际联系的社交媒体走入大众视野。随着用户对社交媒体功能的需求日益多样化, 不同社交媒体中的用户信息交流行为特征呈现出较大差别。研究表明在以熟人关系为基础的社交媒体中, 用户倾向于传递相似的意见, 强关系有利于高质量、高效率传递信息^[6]。而在以弱关系为基础的社交媒体中, 用户信息交流行为很少受人际关系的约束, 如虚拟学术社区的用户更重视信息获取结果, 很少在与新成员互动交流方面花费精力^[7], 而健康社区用户的信息交流行为则主要由个人利益驱动^[8]。在此前提下, 信息交流行为对用户产生的影响也受到学界广泛关注。在个体层面, 研究发现社区信息交流能给予用户心理层面的安全感和情感支持^[9], 也有学者发现信息交流行为能帮助用户拓展人际关系并强化共同体意识^[10]。从信息交流行为的影响因素来看, 已有研究主要基于动机理论展开探讨, 努力期

望、感知成本被认为是社交媒体用户信息交流行为的重要影响因素^[11], 同时, 他人影响、同伴反应等因素也会对用户信息交流行为产生正向影响^[12]。

1.2 老年群体信息行为相关研究

随着互联网技术的不断普及, 老年群体信息行为也成为学界普遍关注的重点。研究发现以城市退休老人为代表的老年群体正积极通过信息行为融入网络世界^[13], 而信息素养较低的农村老人主要依靠代际反哺^[14]获取有用信息。不可忽视的是, 信息素养较低的老年人在信息交流过程中存在着信息甄别能力低^[15]等特征。研究发现多数老年人为了建构理想的社会关系并塑造自我形象, 会相信虚假信息并传播^[16], 有数据显示在Facebook分享虚假信息的老年人数量是年轻人的7倍^[17]。基于此, 国内外学者从不同层面提出针对性策略, 有学者指出通过家庭成员反哺提升老年用户的信息素养, 促进老年群体参与信息交流^[18], 也有学者聚焦老年用户信息行为的影响因素, 提出强化权威机构传播、增加专业科普等对策^[19]。另外, 也有研究以平台适老化改造为出发点, 提出调整页面设计和优化操作设备等策略^[20]。

综上所述, 目前学界关于社交媒体用户信息交流行为和老年群体信息行为的研究已取得大量有价值的成果, 但仍存在以下不足: ①针对图文社区情境的研究较少, 并且现有研究很少关注老年用户; ②老年人信息交流行为的影响机理未被关注。基于此, 本研究以图文社区为研究情境, 聚焦参与社区信息交流的老年用户, 通过定性研究的方法探究其信息交流行为的影响因素并搭建理论模型, 据此为图文社区的运营管理和适老化改造提供参考, 并为老年群体网络信息行为研究提供新的思路。

2 研究设计及过程

2.1 研究设计

以扎根理论为指导, 原因如下: ①目前关于图文社区老年用户信息交流行为的研究较少, 该主题尚未被充分研究且未上升到理论高度; ②相较于填写问卷, 老年用户更倾向于通过访谈参与研究。因此, 采用扎根理论方法对图文社区老年用户信息交流行为影响因素进行

探索性研究比较合适。

研究分为以下环节：①通过半结构化访谈和网络爬虫收集原始资料；②由开放式编码和主轴式编码得到初始范畴和主范畴，通过选择式编码梳理主范畴之间的关系；③确定主范畴对核心范畴的作用路径，搭建图文社区老年用户信息交流行为的影响机理模型。

2.2 样本选择及数据获取

2.2.1 样本选择

在半结构化访谈过程中，为保证访谈样本与研究目的紧密相关且具有典型代表性，基于目的性抽样原则选择“潜在能够为研究问题提供最大信息量的参与者”。样本选择要求为：①年龄为60岁及以上，符合世界卫生组织对老年人年龄的界定要求；②使用过美篇App且参与过交流互动；③可充分理解访谈问题，能清晰表达个人观点；④在时间与精力等客观条件上符合访谈要求；⑤可以被采访并允许被录音。

以“我们都是60后”美友圈的老年用户为样本源，原因在于该社区成员数量在平台中位于前列，且拥有更多活跃的用户。筛选出符合要求的20位受访者。受访者性别分布均衡（男11人，女9人）；受访者的年龄为60~75岁（60~65岁17人，66~70岁2人，71~75岁1人）；受访者的受教育程度较高（初中毕业2人，高中毕业4人，专科及以上14人）；5名受访者在美篇App中的交流互动频率为“每天3~10次”，6人的交流互动频率集中在“每天11~15次”，剩余9人“有空就使用”。总体而言，受访者大多属于高知老人，同时在平台内较为活跃，具有较

好的代表性，也在一定程度上能保证访谈过程的顺利推进。

2.2.2 资料收集

访谈提纲来源于文献调研，内容围绕老年用户在美篇App内信息交流行为的影响因素展开，见表1。用时2周，以电话访谈方式收集数据，每人的访谈时间为10~20分钟。访谈前向受访者解释相关名词和访谈目的，在获得同意后进行录音；访谈后使用飞书App将录音转录成文字，在得到受访者允许后规范模糊不清或出现歧义的文本；在整理文本阶段，使用字母R加数字标记20位受访者（如R01指第1位受访者，R20指第20位受访者），为每位受访者建立访谈文本，访谈文本共计18 392字。另外，为了保证研究的信度，基于三角互证思路爬取知乎App中有关美篇App使用情况的问答，这些问答均由用户自主完成，具有客观性。部分问答包含年轻人观察家里长辈使用美篇App的感想，也有部分内容是老年人根据个人使用情况所作的回复，这些资料多围绕老年用户的使用经历和感受展开，主要表达老年人的情感或精神需求。整理后得到132份文本，共15 183字。此外，也基于三角互证思路搜集了软件商城中美篇App的用户评价，以体现对平台的真实反馈。剔除“好”“棒”这类无法体现有用信息的评价后，汇总得到170份文本，共3 553字。以上问答数据和用户评价能反映图文社区老年用户信息交流行为的潜在影响因素以及用户对平台的情感态度。为保证研究的信度，以上文本后续将被用于理论饱和度检验。

表1 半结构化访谈提纲的主要内容

访谈主题	提纲内容
受访者基本信息	受访者的年龄、性别、学历、职业等
受访者使用美篇App的基本情况	您什么时候开始使用美篇App?
	您发布内容或与他人进行交流互动的频率
受访者信息交流行为的影响因素	您在什么契机下接触并开始使用美篇App?
	与其他平台相比，您为什么会选择在美篇App发布内容或进行交流互动？美篇App有哪些吸引你的地方？
	从个人角度出发，什么原因使您愿意在美篇App中发布内容或进行交流互动？
	您一般会在什么情境下发布内容或与其他用户进行交流互动？请举例。您为什么会选择在这些情境下发布内容或与其他用户进行交流互动？
	您一般会对什么样的内容和创作者感兴趣并进行交流互动？为什么？
	在使用美篇App发布内容或社交的过程中，您的体验和感受是什么？这些体验和感受从何而来？请举例
	您在美篇App中发布内容或与其他用户进行交流互动的原因还有哪些？

2.3 数据结果分析

2.3.1 开放式编码

在开放式编码阶段,借助Nvivo 11.0软件标注原始

资料,共提取出366个原始参考点。对语句进行“本土概念化”和“贴标签”操作后,提炼出可添加图片、自我学习和成长等64个初始概念。对初始概念进行范畴化处理形成信息表达质量、感知易用性等19个初始范畴。开放式编码结果见表2。

表2 开放式编码结果

编 号	初始范畴	初始概念
A1	群体认同	a1互相欣赏、a2得到认可
A2	身份认同	a3可结识同龄人或同好、a4有相似经历
A3	规范性影响	a5社区管理员身份、a6应邀帮别人创作、a7迎合他人喜好而创作
A4	信息性影响	a8亲友推荐、a9他人指导使用
A5	信息表达质量	a10可添加图片、a11可添加音乐、a12内容长短不受限、a13效果好看
A6	信息内容质量	a14内容吸引人、a15内容优质
A7	信息效用质量	a16可辅助生活和工作、a17探索未知领域增长见识
A8	感知收益	a18金钱收益感知、a19情感收益感知、a20声誉收益感知
A9	感知易用性	a21操作使用门槛低、a22方便上网、a23平台功能全面、a24信息交流门槛低、a25页面简洁美观
A10	感知愉悦性	a26充实快乐、a27打发时间、a28放松娱乐、a29粉丝增加的喜悦、a30丰富生活、a31审美享受、a32舒缓压力
A11	社区氛围感知	a33氛围温暖友好、a34积极有正能量、a35有陪伴感
A12	个人提升需求	a36保持思维活跃、a37想成为优秀创作者、a38向他人学习、a39自我学习和成长
A13	个人信息需求	a40查看和个人有关的信息、a41了解他人生活、a42阅读他人创作
A14	交流互动需求	a43分享个人作品、a44分享日常感想、a45分享生活经历、a46和他人沟通
A15	自我实现需求	a47帮助或支持他人、a48传播文化和时代风貌、a49传播正能量、a50发扬风俗习惯、a51启迪下一代
A16	社会整合需求	a52和老友建群互动、a53加入同龄人创作群、a54结交新朋友、a55让亲友看见自己的动态
A17	信息查阅行为	a56浏览好友作品、a57阅读平台佳作、a58查看目标信息
A18	信息创作行为	a59发表创作、a60回复他人留言、a61与其他用户交流
A19	信息反馈行为	a62点赞他人创作、a63评论表达感想、a64转发表态

2.3.2 主轴式编码

主轴式编码指归纳整合开放式编码所获得的初始范畴进而获得主范畴,以揭示原始资料各部分内容有机关联的过程。在主轴式编码阶段,得到社区认同、同伴影响、信息质量、用户感知、用户需求、图文社区老年用户信息交流行为6个主范畴,见表3。

2.3.3 选择式编码

选择式编码指在主轴式编码的基础上精炼概念层次,建立主范畴之间的关系以发现理论架构的过程。以“图文社区老年用户信息交流行为”为核心范畴,研究范畴间的关系和作用路径。借鉴组织行为学的相关定义,使用直接影响表示主范畴与核心范畴间的因果关系,使用

表3 主轴式编码结果

主范畴	初始范畴	范畴内涵
社区认同	群体认同	老年用户从其所在的社区或群体中得到认同
	身份认同	老年用户认识到自己作为某特定社区成员的情感意义
同伴影响	信息性影响	主动或被动地获取同伴提供的信息或指导, 加深对某种情境的理解
	规范性影响	为获得他人支持, 老年用户做出符合社区成员期望的行为、发表与社区价值观相符的观点
信息质量	信息表达质量	信息的表达形式或信息的可理解程度
	信息内容质量	信息内容是详细、完善和准确的, 与客观情况相一致的程度较高
	信息效用质量	信息让老年用户感觉有效、有用的程度
用户感知	感知收益	老年用户在信息交流过程中对声誉收益、物质收益或精神收益的感知
	感知易用性	老年用户在信息交流过程中对系统操作难易程度的感知
	感知愉悦性	老年用户在信息交流过程中对满意度或愉快程度的感知
	社区氛围感知	对社区气氛的感知, 如温暖、积极、陪伴感等
用户需求	个人提升需求	老年用户自我成长、活跃个人思维等需求
	个人信息需求	获得目标信息的需求, 如了解他人生活、阅读和自己有关的信息等
	交流互动需求	老年用户与他在社区内产生互动、彼此交流的需求
	自我实现需求	老年用户启迪他人、传播正能量等实现个人价值的需求
	社会整合需求	维持与亲友的联系或与他人建立新关系的需求
图文社区老年用户信息交流行为	信息查阅行为	老年用户浏览好友作品和平台佳作或查找阅读目标信息的行为
	信息创作行为	老年用户在图文社区内发表个人作品、回复他人等与其他用户交流的行为
	信息反馈行为	老年用户反馈他人的信息行为, 如点赞、评论、转发等

间接影响表示主范畴作用于相关范畴进而对核心范畴产生的影响, 使用调节关系表示主范畴对相关范畴与核心范畴间因果关系的调节作用^[21]。经过反复梳理, 得到主范畴的关系结构, 见表4。具体而言, 用户需求、用户感知和同伴影响直接影响图文社区老年用户信息交流行为, 社区认同和信息质量在作用于用户感知后再对图文社区老年用户信息交流行为产生影响, 用户需求能够调节用户感知影响图文社区老年用户信息交流行为的过程。

表4 主范畴的关系结构

关 系	关系结构	结构内涵
用户需求→图文社区老年用户信息交流行为	直接影响	个人提升、交流互动等用户需求直接影响老年用户的信息交流行为
用户感知→图文社区老年用户信息交流行为	直接影响	感知愉悦性、感知易用性等用户感知直接影响老年用户的信息交流行为
同伴影响→图文社区老年用户信息交流行为	直接影响	信息性影响、规范性影响等同伴影响直接影响老年用户的信息交流行为
社区认同→图文社区老年用户信息交流行为	间接影响	社区认同通过直接影响用户感知, 间接影响老年用户信息交流行为
信息质量→图文社区老年用户信息交流行为	间接影响	信息质量直接影响用户感知, 再对信息交流行为产生间接影响
用户感知→用户需求→图文社区老年用户信息交流行为	调节关系	用户感知直接影响信息交流行为的过程会受到用户需求的调节

2.3.4 理论饱和度检验

理论饱和是指在研究过程中无法得出新的主题 (Issues) 或理解 (Insights), 所有相关的概念属性 (Conceptual Categories)、维度 (Dimension) 及其之

间的关系均已被探讨、穷尽和确定, 理论饱和是结束资料收集的标准。在编码分析第17位受访者 (R17) 的访谈文本时, 发现未有新的重要范畴和关系, 猜想理论已接近饱和。为检验理论饱和度是否达到标准, 首先对剩余3位受访者 (R18、R19、R20) 的访谈文本进行编码,

发现文本均未提供新的概念或范畴。对知乎App的问答文本和软件商城的用户评价文本进行编码,编码结果也未体现新的重要范畴和关系,因此确定此时的理论模型已经全面、可信。

2.4 模型构建

基于以上分析结果,构建了图文社区老年用户信息交流行为影响机理的理论模型,见图1。该模型以

“图文社区老年用户信息交流行为”为核心范畴。整合所得范畴和作用路径,得到图文社区老年用户信息交流行为是用户需求、用户感知、同伴影响、信息质量、社区认同5个因素共同作用的结果。首先,用户感知、用户需求、同伴影响直接影响图文社区老年用户信息交流行为。其次,用户感知与图文社区老年用户信息交流行为间的因果关系受到用户需求的调节。最后,用户感知还受到社区认同和信息质量的直接

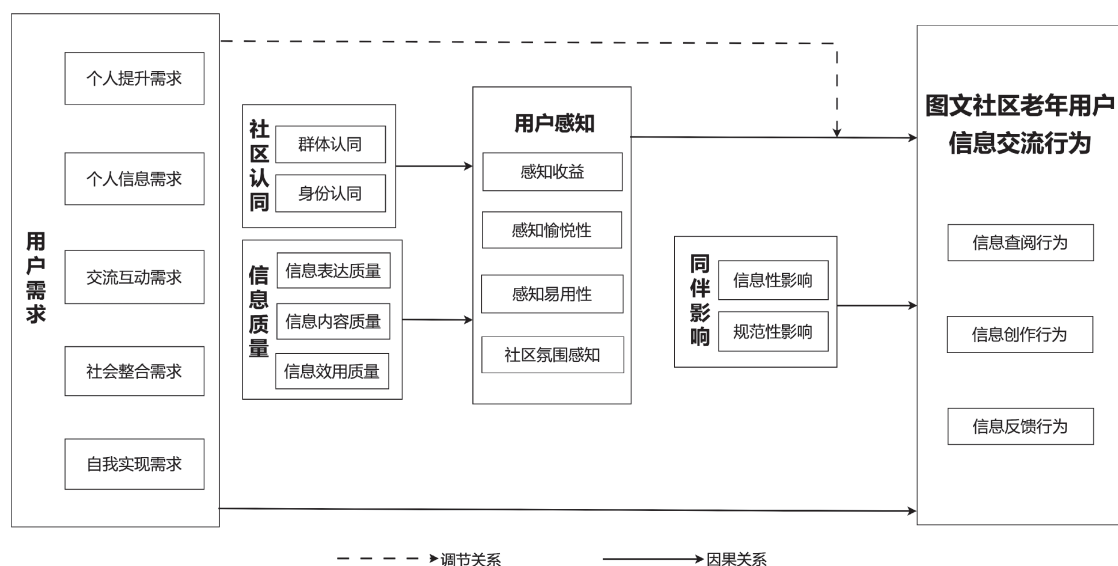


图1 图文社区老年用户信息交流行为影响机理模型

3 结果与讨论

通过归纳和梳理,发现用户感知、用户需求、信息质量、社区认同、同伴影响对图文社区老年用户信息交流行为产生影响。同时,美篇App内老年用户对精神方面的追求格外强烈:相比于获得物质收益,老年用户更倾向于在自己擅长的领域为他人提供建议以获得情感满足或声誉收益。其信息交流目的更偏向于满足情感需要而非复制现实生活中的社交关系,其价值取向更倾向于建设社区氛围或引导社会风尚以实现个人价值而非独善其身。图文社区老年用户信息交流行为范畴的占比和来源见表5。

3.1 用户感知直接影响信息交流行为

用户感知直接影响老年用户信息交流行为,其主范畴占比为23.1%,包含感知愉悦性、感知易用性、社区氛围感知、感知收益。感知愉悦性体现为老年用户在信息

交流中获得快乐、充实等正向的情感体验,如“我们可以放松娱乐”(R07)。积极的情绪感知能有效驱动老年用户参与信息交流^[22]。感知易用性可有效降低老年用户的使用门槛,在增强老年用户自我效能感的同时还可以正向影响其信息交流意愿^[23],如“比较好操作,这是比较吸引我的地方”(R17),这与Xia等^[24]得出的老年用户更青睐操作简单、使用便捷的平台的结论一致。社区氛围是社区成员在信息交流过程中直观感受到的社区特征。除一名受访者提到自己曾和其他用户有过不愉快经历外,其余受访者均表示“美篇的社区氛围是积极正能量、真实有活力和热情温暖的,因此更愿意在社区交流”,这与吕美娇等^[25]的研究发现一致,即良好互助的社区氛围能提升用户交互的积极性。感知收益主要体现为图文社区老年用户对声誉收益的感知,多数用户为了提高作品曝光度和个人知名度而积极参与信息交流;物质收益也是老年用户参与信息交流的动力之一,亦有受访者表示自己被平台的赞赏功能吸引而开展信息交流。

表5 图文社区老年用户信息交流行为范畴统计

主范畴	初始范畴	初始范畴来源	初始范畴占比/%	主范畴占比/%
用户感知	感知愉悦性	R02、R05、R07、R09、R13、R14、R15、R18	7.2	23.1
	感知易用性	R06、R07、R10、R16、R17、R19、R20	6.3	
	社区氛围感知	R01、R03、R05、R09、R14、R18、R19	6.8	
	感知收益	R06、R14	2.8	
用户需求	交流互动需求	R01~R20	20.6	48.6
	个人提升需求	R01、R02、R05、R08、R11、R12、R14、R16、R18、R19	12.1	
	个人信息需求	R05、R08、R13、R14、R17、R20	6.6	
	自我实现需求	R01、R02、R06、R13、R19	4.9	
	社会整合需求	R02、R05、R11、R16、R19	4.4	
信息质量	信息表达质量	R01、R02、R04、R06、R08、R10、R12、R13、R15、R16、R17、R20	8.0	14.0
	信息效用质量	R06、R13、R16、R18	3.8	
	信息内容质量	R06、R14	2.2	
社区认同	群体认同	R05、R08、R09、R15、R17	4.9	8.9
	身份认同	R06、R12、R15、R17	4.0	
同伴影响	规范性影响	R03、R07、R08、R18	3.7	5.6
	信息性影响	R02、R16	1.9	

3.2 用户需求直接影响信息交流行为

分析发现，用户需求是老年用户信息交流行为最重要的影响因素，其主范畴占比为48.6%，包含交流互动需求、个人提升需求、个人信息需求、自我实现需求、社会整合需求。其中，交流互动需求占比最大，20名受访者均表示和他人交流互动是自己在社区内参与信息交流的重要动机，如“把我的经历和感受分享出去，去分享我的生活”（R04）。美篇App作为以“表达自我”为理念的图文内容社区，为老年用户提供了分享生活、互动社交的平台，满足了老年用户的交流互动需求。个人提升需求占比排名第二，多名受访者表示希望通过信息交流向优秀创作者学习，从而获得自我成长，如“一方面是想要不断讨论，让自己多学习”（R16）；此外，也有部分用户出于锻炼思维的动机参与信息交流，如“让自己的大脑更加活跃，思维更加敏捷”（R02）。个人信息需求占比排名第三，有受访者表示自己渴望通过信息交流了解他人的生活或切身的信息，如“也能看见别的美友的生活风采”（R05），访谈发现美篇App内的老年用户正主动地获取外界信息，而非被“投喂”信息。自我实现需求对图文社区老年用户信息交流行为也有较

大影响。部分老年用户有较强的社会参与意识，他们希望通过信息交流贡献人生经验和正能量，如“还可以引领年轻的一代，因为在美篇留下一些文字、图片，今后下一代也会受影响”（R06）。在社会整合需求方面，图文社区老年用户通过信息交流与他人组建不同的社群关系，如“跟我合脾气的朋友，我们有群”（R11）。分析发现老年用户可通过美篇App结识新朋友以突破现实中窄小的交际圈，这与其他研究得出的老年人倾向于利用社交媒体保持现有社交圈、而非主动创建新社交关系^[26]的结论有所不同，这可能与图文社区的弱社会网络关系和平台属性有关。

此外，访谈发现用户需求会调节用户感知对图文社区老年用户信息交流行为的影响。在美篇App获得良好的感知体验后，多数老年用户仍会在需求强烈的情况下再交流信息，如“美篇确实很好用，但我也没有天天发消息，有想分享的东西时才会美篇上交流”（R14）。对于需求较弱的老年用户而言，即使在信息交流过程中获得良好体验，他们也不会有过多的信息交流行为，如“美篇能带给我们一些快乐的感受，但为了防止沉迷我会尽量少玩，要是没重要信息的话”（R09）。需求强烈的老年用户更容易产生信息交流行为。

3.3 信息质量间接影响信息交流行为

信息质量的主范畴占比为14.0%，主要包括信息表达质量、信息效用质量、信息内容质量。信息表达质量指信息的表达形式和呈现效果，有12名受访者表示美篇App内“图文声并茂”的内容对自己更有吸引力，这与李新月等^[27]的实证研究结果一致。视频、图片等视觉冲击强烈的信息会影响老年用户的使用感知，从而对其信息交流行为发挥作用。信息效用质量指信息对老年用户有效、有用的程度，访谈发现获取有效信息的经历有利于老年用户参与信息交流，如“我比较关注养宠物还有身体健康这方面的文章，也会多讨论”（R16）。平台推送的有效信息能指导老年用户的生活或工作，并潜移默化地影响老年用户对平台功能的感知。信息内容质量表现为信息内容的准确性和完善度，部分高知老人更青睐内容质量高的作品，如“文笔好的、故事好的，这种文章我会特别留意”（R06）。具备专业性、启发性和潜在价值的信息能决定用户对平台属性的感知^[28]，继而影响其信息交流行为。值得注意的是，分析发现美篇App内的老年用户正打破自上而下单向传播的定势，主动搜索和筛选自己所需的信息，并自主衡量信息质量。

3.4 社区认同间接影响信息交流行为

社区认同的主范畴占比为8.9%，包括群体认同和身份认同两方面。群体认同指老年用户在信息交流中获得欣赏和认可的经历，如“很有名的书法老师，他点赞过我的一个书法作品，我就很自豪，能被优秀的人肯定”（R15）。群体认同有效影响老年用户的自我效能感知，进而对其信息交流行为产生影响，这与王伟军等^[29]的研究结论相似。身份认同强调老年用户认识到自己作为某特定社区成员的情感意义，加入美篇App的同龄人话题群、结交同好的经历能给予老年用户强烈的身份认同感，如“让人感觉突然回到那一个时代，有共同语言”（R06）。去流行化的信息交流语境、聚集同好的社区有利于提升老年用户的体验感知，这与谭春辉等^[30]的研究结论一致。

3.5 同伴影响直接影响信息交流行为

同伴影响的主范畴占比为5.6%，主要体现为规范性影响和信息性影响。规范性影响指老年用户在信息

交流过程中做出符合同伴期望的行为^[31]，如“后来发现哪个喜欢的人多，我就多发一些”（R08）。为获得支持，老年用户会主动迎合社区内其他用户的喜好发布信息，社区规范使其更倾向于发表符合社区主流价值观的观点以被群体接纳。信息性影响表现为同伴提供的相关信息或指导对老年用户信息交流行为产生的影响，如“后来认识安徽的老金，他告诉我文章和照片怎么选、音乐往哪里发”（R02）。同伴的行为和观念对老年用户而言是极具影响力的参考信息，无论是推荐还是指导，都能对老年用户的信息交流行为产生影响。

4 促进图文社区老年用户信息交流行为的策略

4.1 拓展激励渠道，满足老年用户精神需求

研究发现，以自我实现需求为主的用户需求直接影响老年用户信息交流行为，平台激励或他人认同能给老年用户带来成就感并显著促进其信息交流行为。因此建议图文社区运营者健全和完善平台激励机制，包括平台积分等级激励、经济激励等，以多种方式助力老年人获得成就感和荣誉感；邀请深受老年人喜爱的权威人士入驻平台，为老年用户创造与“大咖”交流的机会，激发图文社区老年用户交流信息的热情；创新推荐服务功能，如结合用户画像向老年用户推送相关问题或邀请潜在回答者，也可在平台内开通互助交流通道，为老年用户提供帮助他人以实现个人价值的渠道，发挥“文化养老”的独特优势。

4.2 打造多样内容，丰富老年用户交流形式

研究发现，信息内容质量、信息效用质量和信息表达质量通过影响用户感知，对老年用户信息交流行为产生重要影响。因此建议图文社区提供商丰富内容表达形式，如根据用户创作的文本添加智能配图配乐的功能，用“图文声并茂”的内容替代纯粹的文字；优化平台多媒体交互功能，如在平台内置一批符合老年用户使用风格的表情包、在用户私信页面添加发送音视频等功能；营造热点话题高效引流，如提供话题标签，提高平台内容的曝光率，以吸引更多老年用户参与交流。

4.3 优化感知示能性设计, 加强对老年用户的包容性

研究发现, 感知易用性、社区氛围感知等用户感知均能影响老年用户信息交流行为。因此建议图文社区设计者聚焦老年用户感知, 增强平台对老年用户的包容性, 以提升老年用户的使用体验为导向优化感知示能性设计。可从以下几个方面完善平台功能: 在文本区域添加语音播报功能, 添加适老化信息服务设计; 在搜索栏添加模糊匹配功能, 方便老年用户检索感兴趣的内容; 优化针对方言的语音识别功能, 增强语音输入对老年用户的包容性。

5 结语

随着互联网的发展, 老年群体不断渗透社交媒体, 社交媒体成为老年群体重要的信息来源。老年群体努力摆脱数字时代的弱势群体身份, 如部分老年人已发挥文本叙事的独特优势, 通过交流信息成为美篇App等社交平台的“主角”。本研究以图文社区为研究情境, 通过半结构化访谈和网络爬虫收集原始资料, 再基于扎根理论编码搭建图文社区老年用户信息交流行为的影响机理模型, 发现用户需求、用户感知、信息质量、社区认同、同伴影响是图文社区老年用户信息交流行为的影响因素。另外, 发现以美篇App为代表的图文社区为老年用户搭建表达自我的平台, 使其在长期缺位的媒介环境中有所依; 帮助囿于窄小社交关系的老年用户建立不同社群关系, 使其在更广阔的社交网络中有所依; 为渴望提升自我、追求精神满足的老年用户提供自我实现的渠道, 使其在实现个人价值的道路上有所依。

本研究立足于老年人视角, 对其信息交流行为影响因素进行探究, 丰富了数字弱势群体信息行为研究体系, 同时基于研究结果从激励机制、内容设置和功能设计3个方面分析了平台适老化策略, 具有一定实践价值。本研究仍存在以下局限: ①选择访谈对象时未充分考虑地域、职业和用户性格的差异, 因此未能对不同特征的用户做进一步梳理研究, 并且访谈对象多为高知老人, 同质性较强, 在后续研究中可以适当扩大样本选取范围以提高样本代表性; ②质性分析访谈资料的过程无法摆脱研究者主观影响, 在后续研究中可提出具体假设, 对理论模型进行量化检验。

参考文献

- [1] 第51次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [2023-03-02]. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2023/0322/MAIN16794576367190GBA2HA1KQ.pdf>.
- [2] AgeClub. 2021中国中老年互联网产品洞察报告[EB/OL]. [2023-03-02]. <https://www.ageclub.net/#/home/pageDetail?id=3190>.
- [3] 王文韬, 刘雨时, 虞小芳, 等. 基于微信平台的中老年用户健康信息接受行为意愿扎根分析[J]. 现代情报, 2020, 40(1): 69-78.
- [4] MAKITA M, MAS-BLEDA A, STUART E, et al. Ageing, old age and older adults: a social media analysis of dominant topics and discourses[J]. Ageing and Society, 2021, 41(2): 247-272.
- [5] 邓胜利, 蒋雨婷. 用户交互特征对知识付费行为预测的贡献度研究[J]. 图书情报工作, 2020, 64(8): 93-102.
- [6] 琚春华, 陶婉琼, 马希骛. 基于关系圈与个体交互习惯的用户关系强度计算方法[J]. 情报学报, 2019, 38(9): 974-987.
- [7] 周阳, 谭春辉, 朱宸良. 虚拟学术社区用户参与动机与行为关系研究[J]. 情报探索, 2023(2): 19-26.
- [8] 张鑫. 在线健康社区用户参与行为的类型及偏好研究[J]. 情报资料工作, 2019, 40(5): 84-91.
- [9] 谭春辉, 王一君. 微信朋友圈信息分享行为影响因素分析[J]. 现代情报, 2020, 40(2): 84-95, 102.
- [10] LIU M A, YANG Y Q, SUN Y. Exploring health information sharing behavior among Chinese older adults: a social support perspective[J]. Health Communication, 2019, 34(14): 1824-1832.
- [11] 徐绪堪, 蓝姚瑶, 王晓娇. 面向突发事件的微博用户转发行为影响因素研究[J]. 情报科学, 2022, 40(5): 11-18.
- [12] JIN J H, ZHANG T T, YAN X B. Why do users continually seek knowledge in online Q&A communities? an empirical investigation[J]. Information Discovery and Delivery, 2023, 51(1): 1-12.
- [13] 耿荣娜. 智慧城市背景下退休老人信息消费行为及信息消费能力提升研究[J]. 情报科学, 2019, 37(7): 106-112.
- [14] 张大伟, 谢兴政. 代际反哺: 农村中老年人信息寻求行为形成机制探索: 基于突发公共卫生事件时期的实证研究[J]. 图书情报工作, 2020, 64(15): 194-203.
- [15] 王素芳, 周禹涵. 老年人社交媒体健康信息甄别能力及其提升影响因素研究[J]. 图书情报工作, 2022, 66(24): 14-29.
- [16] WANG W, ZHUANG X, SHAO P. Exploring health informa-

- tion sharing behavior of Chinese elderly adults on WeChat[J]. Healthcare, 2020, 8 (3): 207.
- [17] GUESS A, NAGLER J, TUCKER J. Less than you think: prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook[J]. Science Advances, 2019, 5 (1): eaau4586.
- [18] MAGSAMEN-CONRAD K, DILLON J M, BILLOTTE VERHOFF C, et al. Online health-information seeking among older populations: family influences and the role of the medical professional[J]. Health Communication, 2019, 34 (8): 859-871.
- [19] 张秀, 李月琳. 年龄梯度视角下网络用户健康信息甄别能力研究[J]. 情报学报, 2019, 38 (8): 838-848.
- [20] 李熠煜, 黄雪颖. 新媒体时代老年人数字阅读推广研究[J]. 数字图书馆论坛, 2020 (6): 62-67.
- [21] 刘嫣, 张海涛, 李佳玮, 等. 移动终端视角下的老年用户在线健康信息搜寻行为影响因素研究[J]. 图书情报工作, 2021, 65 (11): 46-54.
- [22] 王馨笛, 赵宇翔. 健康App适老化设计对老龄用户价值实现及主观幸福感的影响研究[J]. 情报资料工作, 2023, 44 (2): 31-41.
- [23] 朱光, 李风景, 沈雨萌, 等. 社交媒体隐私政策的阅读意愿研究: 基于TAM模型与自我效能理论视角[J]. 现代情报, 2022, 42 (1): 150-166.
- [24] XIA L T, HO C H, LIN X M. Evaluation of the elderly health examination app based on the comprehensive evaluation method of AHP-fuzzy theory[J]. Mathematical Biosciences and Engineering, 2021, 18 (4): 4731-4742.
- [25] 吕美娇, 李青青. 社会化问答用户知识交互行为影响因素研究[J]. 情报科学, 2022, 40 (6): 141-148, 193.
- [26] 曹园园, 隆清琦, 胡保亮. 老年群体社交网络活跃使用行为影响因素研究: 社会资本与情感依恋视角[J]. 情报杂志, 2020, 39 (8): 166-173.
- [27] 李新月, 朱庆华, 赵英. 老年人的微信信息分享行为研究[J]. 现代情报, 2021, 41 (7): 74-84.
- [28] CAO C, LI D, XU Q W, et al. Motivational influences affecting middle-aged and elderly users' participation intention in health-related social media[J]. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2022, 19 (18): 11240.
- [29] 王伟军, 叶建梅, 周锐, 等. UGC短视频用户持续贡献行为影响因素及作用机理研究[J]. 图书与情报, 2022 (5): 31-40.
- [30] 谭春辉, 李玥澎, 周一夫, 等. 虚拟学术社区用户间人际信任的影响因素[J]. 图书馆论坛, 2022, 42 (6): 141-149.
- [31] 杨海娟. 微信环境下用户适应性信息分享行为影响因素研究: 基于规范性压力和社交价值的“推-拉”视角[J]. 情报科学, 2017, 35 (8): 134-140.

作者简介

卢恒, 男, 博士, 讲师, 研究方向: 用户行为分析、知识管理。

李文洁, 女, 硕士研究生, 研究方向: 媒介文化。

石剑兰, 女, 硕士, 助理馆员, 通信作者, 研究方向: 数据挖掘与知识发现, E-mail: 978545170@qq.com。

Influencing Factors of Information Exchange Behavior of Elderly Users in Picture-Text Community Based on Grounded Theory

LU Heng¹ LI WenJie¹ SHI JianLan²

(1. School of Journalism and Communication, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, P. R. China; 2. Information Center, Shaanxi Academy of Social Sciences, Xi'an 710065, P. R. China)

Abstract: Exploring the impact mechanism of information exchange behavior among elderly users in picture-text communities is of great significance for addressing the existing “not friendly to the elderly” issues on platforms in the context of aging. We take the picture-text community Meipian App, known as “Laohongshu”, as the research context. Guided by the grounded theory, we obtain the original materials through semi-structured interviews and web crawler, and then use Nvivo 11.0 to encode the original materials in three levels. Finally, we construct the influence mechanism model for information exchange behavior of elderly users in picture-text community. Research has shown that user needs, user perception, information quality, community identity, and peer influence are important influencing factors for the information exchange behavior of elderly users in picture-text community. We also find that compared with the youth community, the spiritual pursuit of elderly users in Meipian App is particularly strong. Based on the research results, reference suggestions can be provided for the operation and management of the platform and the design for aging adaptation.

Keywords: Picture-Text Community; Information Exchange; Elderly User; Meipian App

(责任编辑: 王玮)