



“科技适老”跨越“数字鸿沟” 面临三大挑战

一年一度的“世界电信日”又来了！

“2022 年世界电信和信息社会日大会”将于 5 月 17 日在内蒙古召开，这次大会的主题是“面向老年人和实现健康老龄化的数字技术”。

说到“适老化”这个主题，不得不提，第七次全国人口普查数据显示，目前我国 60 岁及以上人口已达 2.64 亿，预计“十四五”时期这一数字将突破 3 亿，我国将从轻度老龄化进入中度老龄化阶段，“空巢老人”的问题也日益突出。

数字时代，层出不穷的新科技、新业态、新模式，各类电子产品、数码终端，飞速的更新迭代，还有眼花缭乱的信息操作”都让越来越多的老年人“跟不上节奏”，成为他们难以逾越的“数字鸿沟”。

如今，如何改进数字时代的“适老化”技术，满足老年群体的数字化、信息化日常需求，成为迫在眉睫的重中之重。近年来，我国科技适老化标准体系持续完善，已发布相关国家标准、行业标准和团体标准 20 多项，在相关政策的引导下，科技适老化产品种类也不断丰富，为老年人参与信息化社会生活创造了条件。

但“科技适老化”依然面临着三大挑战。

产品更新快速“适老化”需要持续投入

数字时代，科技产品普遍迭代快速。

一方面，产品升级迭代过程中容易忽略适老化问题。尤其是 APP 不断有新功能、新界面，这种短期内频繁的升级以保障稳定性和业务流畅度的产品，容易忽略对适老化需求的兼顾。若新功能未按适老化规范要求进行了开

发，可能造成适老化体验下降。

另一方面，适老化产品难以保障持续运营。部分科技产品完成改造后，对适老化设计的运营维护有所欠缺。尤其是单独开发的适老化功能模块或独立针对性的产品，会给企业带来额外的运营成本。

所以，适老化不是一蹴而就的，需要长期持续的投入。

盈利模式不明确企业驱动力不足

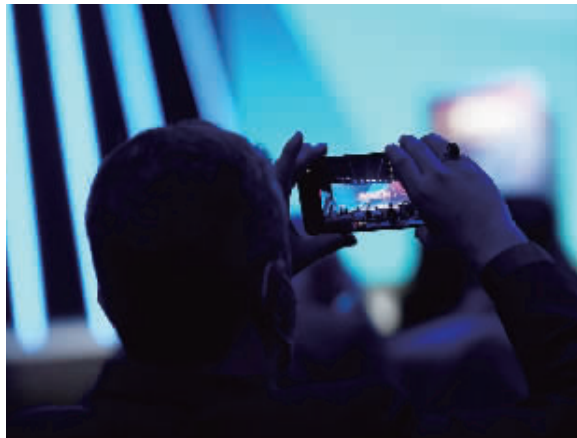
一方面是动力不足。目前，大部分企业在政府的号召及引导下进行适老化改造，但由于适老化产品并非某些企业自身经营刚需，部分资金有限的中小企业，很难将更多资源投入到适老化建设中。

另一方面，部分适老化需求与当前互联网盈利模式存在“冲突”。开屏广告、弹窗广告等是互联网企业常用的营销手段和收入来源。但对于老年人来说，这些遮盖界面的形式，本身就会给他们的操作带来使用困扰。科技适老化产品追求的极简模式，与企业的商业模式在某种程度上存在“冲突”。目前来看，专门针对老年人等群体的智能产品及应用投入产出较低，盈利模式尚不明朗，导致企业的参与积极性和驱动力不足。

“安全用网”与“过度依赖”如何平衡？

“科技适老”在为老年人带来便利的同时，也存在安全隐患。

老年人信息辨别能力较弱，非常容易陷入“标题党”“养生保健党”等虚假信息内容之中，进而被诱导消费、充



■资料图片

值等，后期网络维权也困难。另外，部分科技产品打着“适老化”改造的旗号，实则利用老年人容易被“赚钱”“省钱”等字眼吸引的心理，设计套路“收割”流量，例如“做任务抢红包”“0 元购”等，这些功能在一定程度上令老年人过度沉迷，不仅容易泄露个人信息，也可能造成财产损失。

另外，部分老年人还存在过度依赖科技产品。目前，我国社会人口结构逐渐变化，“空巢老人”现象越发普遍，老年群体的孤独感和脱节感也越发强烈。

部分老年人将手机作为情感慰藉的唯一渠道，“看直播”“刷视频”，不知不觉中对科技产品产生了过度依赖，“数字鸿沟”与“网络成瘾”在老年群体中尖锐并存。

当前，社会老龄化趋势越来越明显，“科技适老”已经从各个方面开展了相关的政策和规划，机遇与挑战是并存的。全社会在关注老年人“适老化”产品的同时，更要关注到老年群体的身心健康和情感需求，共同面对和解决当前面临的挑战和困难。

这需要家庭与社会的共同努力。

来源：通信瞭望



石家庄市文明办宣

使用公勺公筷
尊重他人 爱护自己

文明 健康 修养
文明用餐 从我做起



分餐不分爱
美味不打折

石家庄市文明办 宣