

银发族成网红, 粉丝们在看什么?

这些爷爷奶奶永远积极向上的那股精气神令人动容



“济公爷爷·游本昌”，87岁，曾在众多影视剧中饰演“济公”，经常在网上发布人生感悟、艺术心得方面的短视频，目前粉丝1500多万。

今年4月底，89岁的广州老人江敏慈正式入驻B站，成为一名up主（视频博主）。在网上，她给自己取名“敏慈不老”，用短视频的形式与网友分享自己的人生故事。短短三个多月时间，她积累了30多万粉丝，单条视频最高播放量超过470万，可谓名副其实的网红up主。

在人们的传统印象里，这些被称为“银发族”的老人应该是跟网络社会脱节的。但现实却是，像江敏慈这样入驻抖音、B站、快手等网络平台的老年人越来越多。他们凭借自己的个性和特长进行内容创作，和孙子辈的年轻人同台竞技，有的甚至吸粉千万，成为超级网红。

爷爷奶奶们火了，那么他们的粉丝究竟在看什么？

“我90岁了，可以来B站做up主吗？”

江敏慈成为up主的原因不复杂。疫情期间老年大学不开学，又没办法和伙伴们约着去打球、爬山，日子过得太无聊，她决定给自己找点新的乐趣。

看到孙子每天对着电脑又说又笑，江敏慈一问才知道，原来他是B站的一名up主，正忙着制作视频呢。B站是什么？江敏慈好奇地打开网页，从此便被这个新鲜的世界所吸引。

江敏慈一直都想写本自传，但碍于文笔不好，迟迟未行动。“我觉得B站很适合我。”江敏慈决定将自己的经历拍成一个个短视频，在网络上分享。她说服孙子做自己的助手，很快便确定了第一期的主题：“我90岁了，可以来B站做up主吗？”

网友的反馈让江敏慈十分惊喜。第一期视频在4月30日中午发布，晚上临睡时已有几十万的播放量，次日早上数据便已跃升到200多万，仅两天，“敏慈不老”就收获了10万粉丝。打开弹幕，满屏的“奶奶好”更是让江敏慈心潮澎湃。

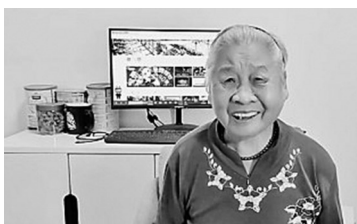
有了网友的鼓励，江敏慈创作的热情更加高涨。“我85年前抗日战争逃难的故事”“70年前的年轻人该如

何改变命运”“在耶稣受难日大笑结果被学校处分”……视频中的江敏慈不疾不徐地讲述着过往岁月的故事，屏幕前的网友津津有味地听着，这画面仿佛那首歌所唱的：我们坐在高高的谷堆上面，听妈妈讲那过去的故事……

在如今的网络视频平台上，除了“敏慈不老”，被人们所熟知的银发up主还有很多——

早在2018年就“出道”的“北海爷爷”，经常穿着一身熨帖的西装，梳着一头一丝不苟的银发，凭借着这种儒雅的气质，被网友称为“最帅老人”；济公的扮演者游本昌，从荧屏转战网络，尽管已经87岁高龄，但仍不时在社交媒体上录制视频分享人生经验、身边趣事、艺术心得；还有不到六个月就收获1400万粉丝的“只穿高跟鞋的汪奶奶”以及专注创作搞笑视频的“我是田姥姥”……

虽然没有靓丽的容颜，也没有酷



“敏慈不老”，89岁，入驻B站3个月已积累30多万粉丝，成为B站目前年龄最大的up主。

炫的技术，但网友给予了他们最大的善意与鼓励，用一次次的点赞、评论，让他们在人生后半程重新找到“用武之地”。

银发up主缘何频频圈粉

浏览江敏慈的视频，你不难发现，视频的拍摄场所正是她自己的卧房——几平方米大的一个空间同时容纳了书桌、柜子、床、缝纫机……如果仔细看，你还能在她的书桌上发现药瓶、老花镜以及人体穴位模型。

同江敏慈一样，银发up主们大都是普通老年人，拥有和大多数上了年纪的人一样的困扰。当银发老人们也学着年轻人的样子，兴致勃勃地做起up主时，无疑给被滤镜、“大眼小脸”等同质化内容充斥的网络世界增添了新鲜感。

数据开放平台卡思数据显示，在目前的短视频生态中，主要创作群体集中于18到30岁之间，此年龄段的创作者约占整个创作群体的四分之三。以老年人作为创作主题的内容并不算多，因此老年面孔和视角才更显稀有珍贵。另外，老年up主的受众并非同龄人，而基本都是年轻人。以“穿高跟鞋的汪奶奶”“末那大叔”“我是田姥姥”为例，有统计显示，这三位头部老年网红的粉丝基本上集中在18到35岁。

“银发up主在整个网络平台中属于比较罕见的类型，他们的举动刷

新了年轻人对老年人不擅长使用网络的固有认知，老年人所传递出来的信息和价值观念与年轻人对老年人的刻板印象也是不一致的。”中国社会科学院社会发展战略研究院研究员田丰说，“社会学中有一个词叫代沟，代沟就存在于老年人和年轻人之间，产生代沟的主要原因是双方的价值观念和行为习惯不一致。老年人使用互联网，发布一些得到年轻人高度认同的观点和论调，便会拉近自己跟年轻人的距离，进而受到年轻人的追捧。”

中国艺术研究院学者孙佳山告诉记者，银发up主频频走红、圈粉，是移动互联网媒介迭代效应的必然结果，这种媒介迭代效应正波浪式扩散到不同年龄层。

中国互联网络信息中心发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，我国网民规模为9.04亿，50岁及以上网民群体占比为16.9%，60岁及以上网民群体占比6.9%，互联网正持续向中高齡人群渗透。

基于此数据，孙佳山认为，当移动互联网中的媒介迭代效应触达到50岁以上网民时，面对的是一个占比16.9%的群体，因此在这些中老年人群里，出现能走红、圈粉的银发up主，也是比较正常的现象。

在视频中，老年up主们叙述着自己丰富的老年生活、分享着和家中



“只穿高跟鞋的汪奶奶”，79岁，2019年2月开始在网上分享自己身着各种时装的短视频，目前粉丝1536万。

晚辈们的温馨日常。很多网友评论，看到这些老年up主就像见到了自己的爷爷奶奶、姥姥姥爷，亲切之余也觉得十分真实。

中国青年阅读指数首席阅读专家庄庸认为，“互联网+”整体发展态势的核心驱动力仍然是“年轻的力量”，但由于人口周期运动中年轻世代的迭代与需求嬗变，普遍出现“年轻用户滞胀”问题。互联网为了“讲好故事”，必须要开拓新受众、开发新需求，于是，“银发族触网”就合情合理地成为市场化、商业化和资本化推动的一波“新浪花朵朵”——比卷土重来的“前浪”和“乘风破浪的小姐姐”还要不服老的“老波浪”。

年龄不是对青春的唯一定义

在庄庸看来，我国老龄化社会正在来临但又尚未完全抵临。改造互联网的年轻人正在老去的现象，不甘心老去的老人逆龄追赶潮流的趋势，以及以“年龄”为痛点引爆全民焦虑的时代情绪，正在三合一，为互联网带来“以青春的名义，进行年龄的分层”的新浪潮运动——

“‘前浪’别说‘后浪’，‘破浪’别否‘老浪’，大家都正青春：世界永远是年轻人的时代，互联网永远都是青春的世界。只不过，永远青春，不同的世代——不同年龄的‘波浪’们，其实是在以青春的名义，在‘互联网+’的流行阵地上争夺话语权、舆论权和文化领导权，当然，有些是在幕后推手的策划和驱动下进行的。”庄庸说。

诚然，很多银发up主走红的背后少不了机构和资本的加持，但抛却那些复杂的商业套路，令粉丝们最为动容且不容忽视的，是这些爷爷奶奶们永远积极向上的那股精气神。

他们把过去的人生故事用新潮、时尚的短视频的形式讲述出来，在年轻人最热衷的网络平台上分享，这些经历了时代变迁的普通老人的故事和体悟，看似琐碎，但其真挚与生动是任何教科书都无法比拟的。年轻人将老人们质朴的人生阅历折射进自己的生活，同时也在这些爷爷奶奶们身上寻找到一种青春的力量。

江敏慈在自己的B站主页上这样介绍自己：“听说年轻人都在玩B站，我也想当up主。”

在江敏慈等老年up主看来，年龄并非对青春的唯一定义。

“从今天开始我要吃100种年轻人爱吃的东西”，这是一位广东爷爷在抖音上立下的“flag”。从章鱼小丸子、奶茶，到汉堡、甜筒、猪肚鸡火锅，在他的名为“鲑城大叔”的视频号里，这些都成了他打开年轻人世界的窗口。

当社会上充斥着对年龄的恐慌情绪时，老年up主的出现为人们打破年龄焦虑提供了新的可能。或许这些爷爷奶奶们只是互联网浪潮中的一朵小小的浪花，很快会被“后浪”淹没，但他们至少证明，任何年龄都能无惧困难，踏浪前行。光明日报



“北海爷爷”，75岁，经常穿着一身熨帖的西装，梳着一头一丝不苟的银发，被网友称为“最帅老人”，粉丝过千万。