

“小民生”展现“大时代”

做有力度有温度的民生新闻

——以网络视频《走过的每一步都算数 “帅农鸟哥”如何越努力越舒服》为例

陆远鹏

摘要：2022年是浙江共同富裕示范区建设机制创新年、改革探索年、成果展示年。浙江广播电视集团启动大型融媒行动“共同富裕在浙江”，全面打响共同富裕主题宣传“百团大战”。如何通过“小民生”讲好“大时代”故事，本文以《1818黄金眼》发布的网络视频《走过的每一步都算数 “帅农鸟哥”如何越努力越舒服》为例进行剖析。

关键词：1818黄金眼 民生新闻 共同富裕 乡村振兴

2022年，浙江广电集团启动大型融媒行动“共同富裕在浙江”。如何通过“小民生”讲好“大时代”故事，从民生新闻的视角，做好“共同富裕”这个时代课题，作为浙江广播电视集团一档做了18周年的电视民生新闻节目，《1818黄金眼》开始了新的探索和尝试。

2022年5月4日，《1818黄金眼》和视频UP主“帅农鸟哥”联合发布的视频《走过的每一步都算数 “帅农鸟哥”如何越努力越舒服》登上当天哔哩哔哩弹幕视频网（以下简称B站）全站热门榜第一名，话题《帅农鸟哥 1818黄金眼》同步登上B站热搜话题第一名。视频讲述的是绍兴新昌一位叫杨军昌的农民，凭借做手工、画墙绘、做饭，拍成视频放到视频网站上，爆火之后为当地的新农村建设和经济发展吆喝的故事。这是一篇以乡村振兴为切口，以民生新闻人物为典型的关于“共同富裕在浙江”的主题报道视频。目前，该报道仅在B站上的播放量就超过150万，全网阅读量超过一千万。网友们对

“1818黄金眼”和“帅农鸟哥”的这种联动表示“喜闻乐见”。上百万的播放量、超千万的阅读量，展现着民生新闻对于大时代、大主题下选题温度和创作方式的把握。

一、“时代流量”和“素人流量”让民生主题报道拥有“大流量”

《1818黄金眼》这档为浙江观众所熟知、全国网友所喜爱的地方民生新闻栏目，在新浪微博、B站、头条、快手等平台拥有超高人气，截至2022年11月，全网粉丝超过2800万，其中新浪微博粉丝1174万，B站粉丝58万。对于《1818黄金眼》来说，上热搜已经成为一种常态。仅5月4号当天，就有3个话题登上多个平台热搜。

《走过的每一步都算数 “帅农鸟哥”如何越努力越舒服》的主人公杨军昌，网名帅农鸟哥，是一位80后农民。早年间他学过墙绘，在广告公司做过，后来又去学了电焊、木工、电工、油漆工，不过都是打下手。他还做过到处奔波的茶农，甚至在直播间卖过茶叶，但没有什么人气，直到分享农村生活才意外“火”了。于是他趁热打铁，做起了短视频。因为独特的风格、接地气的内容，他很快收获大量粉丝，一个月就在B站涨粉200多万，被网友们称为“涨粉狂魔”。堆着柴火的农家小院、掺着泥土的青石台阶、土灶里的人间烟火气，他用视频分享自己的家乡。有网友在《1818黄金眼》的报道下评论，“果然没有什么所谓的爆红，都是一步一步走出来的沉淀”“无论在农村还是城市，努力的人永远前程似锦”“浙江的农村真厉害”等等。在受众普遍

年轻化的B站，能得到大伙的一致好评着实不易。

拥有大量粉丝的《1818黄金眼》和拥有超高人气的“帅农鸟哥”联合，给这篇报道赋予了大流量，也为如何做好主题报道提供了一种新的解题思路。诚然在B站的爆红，和《1818黄金眼》以及“帅农鸟哥”自身所带的流量分不开，但优质的内容才是作品成功的主要原因。而最打动网友的，正是杨军昌作为普通人身上那种能吃苦、不服输、热爱生活的闪闪发光的品质，以及当地村镇干部动脑子、办实事的实干精神。

这篇报道能揽获大流量跟“帅农鸟哥”的身份密不可分，他就是存在于乡村的一个普通“身边人”。这一点比较符合民生新闻的传播逻辑。而“帅农鸟哥”独特的技能，以及对于时代主题的触达，让“大时代”与“小人物”完美结合。其中的“大流量”，既有“共同富裕”这个时代的“流量”，也有“民间网红”的“素人流量”。

二、“内容力度”和“传播力度”让民生主题报道叠加“力度”

伴随着传媒技术的发展完善，民生新闻通过大众传媒以及新媒体进行广泛传播，题材以社会化、大众化为落脚点，视角贴近民众，且多数民生新闻呈现出较强的地域性特征，受到当地民众的喜爱。如何能够顺应时代需求，突破发展瓶颈，实现改革创新是当下民生新闻发展的重中之重。

在新媒体语境中，民生新闻的创新性发展分为两个方面，一是在新环境中通过不断提升自身品质获得创新发展，二是直接借用新媒体传播手段进行创新。^①与一般电视新闻节目关注新闻价值具有显著性、重要性、全局性不同，民生新闻往往以小见大。民生新闻的“力度”主要体现在两个方面。

第一是内容有力度。还是以《走过的每一步都算数“帅农鸟哥”如何越努力越舒服》为例，这则视频借用新媒体优势，以拥有大批粉丝的杨军昌为典型，深挖现象背后的故事，从杨军昌这个普通人物的故事展示当地各级政府、百姓在共同富裕路上所做的努力和取得的成果。社会管理和服务的重心在基层，社会稳定的根基在基层。基层社会的管理水平，决定着整个社会管理的质

量和效益。而讲好基层故事，是民生新闻主题报道的重要一环。

第二是传播有力度。与以往电视民生新闻单方面输出内容不同，如今新媒体在新闻生产传播中具有强大的影响力，并与传统媒体一同构建着传媒生态。如何在这样的舆论场抢到话语权，并得到公众的认可，光靠单一的输出还不够。不仅传统媒体可以利用新媒体搭建信息传播平台，社会大众也可以利用互联网发布新闻信息或生活内容。像“帅农鸟哥”杨军昌的报道，记者编导在拍摄制作新闻过程中融入了大量与杨军昌有关的网友们喜爱的梗，如“他，会魔法吧”、周杰伦的《稻香》等，配上新媒体剪辑办法，迅速获得网友认可。同时，《1818黄金眼》和“帅农鸟哥”两个账号的强强联合，为推动作品的输出赋予了强大的力量。

原创对于以优质内容见长的传统媒体而言是“永动机”和“生命之源”。互联网时代，一方面要“以我为主”发挥所长，坚持以原创为内容助力；另一方面，“为我所用”善于借力，为传播力度助力。将“二力”结合，为民生新闻注入“力度”。

三、“情绪共情”与“价值共通”让民生主题报道持有“温度”

民生新闻和百姓生活有天然的血脉关系，民生内容、民本叙事与民众话语，呈现民间多元价值观与凸显主流核心价值观等优势，成为连接民众与社会主义核心价值观的重要载体，对传播社会主义核心价值观与建设社会主义核心价值观体系具有重大而深远的意义。^②

这里所指民生新闻的“温度”，是一种基于尊重的“共情”。不仅仅是媒体或媒体从业人员与被采访者的共情，还有媒体或媒体从业人员与受众的共情，以及受众和被采访者的共情。如《走过的每一步都算数“帅农鸟哥”如何越努力越舒服》，报道发布于5月4日青年节当天，是一篇关于展示青年力量的报道，也是一篇关于共同富裕、乡村振兴的报道。记者把自己摆在和杨军昌同样的位置，带着受众的视角走进“帅农鸟哥”的故事，走进“帅农鸟哥”生活的环境、所在的乡镇，而受众通过记者的眼睛（成片）和被采访的杨军昌产生共情，也和他所在的东茗乡产

生连结。杨军昌作为一个普通农民，多年摸爬滚打，最终苦尽甘来。这符合网友们对人物和社会的期待，他们看到了自己的努力，相信自己的努力终会有所收获。东茗乡后岱山村曾经是新昌县的“差生代表”，在村镇干部和群众的共同努力下，如今道路整洁、环境优美、花圃成片，也让无数网友羡慕和向往。这是情绪共情带来的“温度”。

“帅农鸟哥”这个人物从人民中来，来自乡村。他带着对美好生活的向往努力生活，带领周围的村民一起走向共同富裕。“帅农鸟哥”具有较强的社会价值，与受众有强烈的价值共通。这种价值“温度”就像体温一样贴近普通人的生活。只有更好地把握受众的情绪点，让新闻报道与受众有“情绪共通”，且报道价值与受众“价值共通”，也就是所谓的“三观一致”，才能让民

生主题报道“温度”恰到好处，让报道更喜闻乐见，更有可看性、传播度，有社会现实意义乃至历史价值。

用“小民生”展现“大时代”，做有力度有温度的民生新闻不是一蹴而就，是一个螺旋上升、不断进步与摸索的过程，这也是《1818黄金眼》一直以来的追求。

参考文献：

①欧阳宏生《民生新闻核心价值论》，四川大学出版社，2020年出版，第112页。

②孙祥飞《1818黄金眼：民生类电视节目反思》，《媒介热点透析与前瞻》，2019年出版，第219页。

（作者单位：浙江电视台民生休闲频道）

