

核心提示

随着智能手机的普及,“上山下乡”的新媒体在农村发展迅猛,为农民便捷获取信息、表达自身诉求提供了全新的方式。

当乡村治理遇上新媒体,会碰撞出怎样的火花?在巫溪,主流媒体与本土自媒体平台“爆笑巫溪”深度融合,探索出了一条乡村治理新路径。

为啥有一半巫溪人都认识“张漂亮”

□本报记者 龙丹梅

“天黑路滑,这网络复杂。你不把眼擦,就要小心搭扑爬(当地方言,意思是摔跟头)……”近日,重庆日报记者在巫溪县采访时,不时听到街头巷尾有人传唱这段“土味rap”。

还有人议论:“现在满街都是二维码,可不能随便扫。前两天张漂亮卖洋芋,收钱的二维码遭偷换了,扫码买菜付的钱都进了别人的包包。”

大家口中的“张漂亮”,是巫溪本土自媒体平台“爆笑巫溪”中的主角之一。

一。大家传唱的这段“土味rap”就出自该平台为国家网络安全宣传周特制的短视频。短短两天,视频传播量达到了50万+。

巫溪县是国家扶贫开发重点县,全县户籍人口54万人。而“爆笑巫溪”的抖音号订阅量达43万余人、微信公众号订阅量达37万,订阅者中七成以上来自巫溪本地,这意味着超过一半的巫溪人,订阅了“爆笑巫溪”,都认识“张漂亮”。

“张漂亮”和“爆笑巫溪”为什么这么有魅力?

方言接地气 九〇后『草根』团队做出『爆款』视频

“爆笑巫溪”是一个制作本土方言喜剧微视频的自媒体平台,主创团队成员都是90后,均来自巫溪县文峰镇农村家庭。视频制作人叫王运林,他身兼数职——编剧、导演、摄像师和后期剪辑。

2017年8月,王运林抱着好玩的心态,花1000多元买了台二手电脑,用手机当摄像机,约上张永、杜贤晓当演员,试着用本地方言拍搞笑短视频。

巫溪方言管“干什么”叫“搞么里”,长辈叫“老辈子”,“摔跟头”叫“搭扑爬”,极具地方特色。团队的几个成员在当地农村长大,方言俚语说得非常地道,他们创作的短视频内容也都来自身边人、身边事,既轻松幽默,又接地气。

如今,这个草根团队扮演的角色在巫溪几乎家喻户晓:张永扮演的“张漂亮”,是一个喜欢贪小便宜、好吃懒做、偷奸耍滑的农村青年;杜贤晓有张娃娃脸,出演古灵精怪、调皮捣蛋的农村青年“陈西就”;廖斌长相憨厚,扮演老实厚道、只知道埋头苦干的农村青年“波儿客”……

“一开始我们的定位是方言搞笑,什么搞笑拍什么,没有特定的主题。”王运林说,虽然当时创作的短视频受欢迎,但点击量一般只有一千多次。

这个团队真正做出“爆款”产品,缘于“张漂亮”扮演者张永的一次亲身经历。

张永所在的村里有个贫困户,母亲和哥哥都患病,生活艰难,但这名贫困户还要应付名目众多的“无事酒”,常常要借钱来送人情,十分苦恼。

这给张永带来了创作灵感,就和团队成员以讽刺“无事酒”为主题,制作了短视频《不整无事酒,不赴违规宴》:头一回,“张漂亮”开着小汽车去吃酒;第二次,小汽车变成了摩托车;第三次,摩托车变成了儿童自行车;第四次,又有人叫“张漂亮”吃酒,送礼送到家徒四壁的“张漂亮”再也不敢去了……

短短几分钟的视频,把“无事酒”带来的危害表现得淋漓尽致,乡亲们争相转发,“爆笑巫溪”点击量首次突破8000。那个贫困户悄悄告诉张永,自从这期短视频传播开后,村里有好几家准备办酒的都打消了念头,让他省了不少钱。

这次“爆款”经历,让团队开始思考未来的发展方向。

“低级趣味的恶搞,并不能长期吸引粉丝。”王运林说,如果能用诙谐幽默的短视频,把时事政策、社会热点解读给大家看,做好“天线”和“地气”之间的联络员,在欢声笑语中传播正能量,才能做出更多“爆款”。

成功转型 《懒汉脱贫》获全国大奖

及时转型,让“爆笑巫溪”接下来“爆款”频出。农村的保健品骗局、电信诈骗等都成为他们的选题,他们还用反讽手法抨击当地的一些陈规陋习、歪风邪气,很受老百姓喜欢。

到了2018年,“爆笑巫溪”的粉丝量达到了20万余人,几乎每期视频的点击量都能达到10万+,作品上线频率也从过去的一周1次增加到一周3次。

2018年5月16日,王运林结合国家大力整治酒驾的社会热点,做了一期短视频《酒后开车一时爽,婆娘娃儿泪两行》,在抖音、微信公众号等平台播放后,阅读量达到2300多万,收获了23.6万个赞,居当日抖音“今日最热视频”排行榜第二位。

2019年,巫溪县脱贫攻坚进入“攻坚”环节,“爆笑巫溪”创作团队于当年4月创作了两期《懒汉脱贫》短视频。

“张漂亮”这次的身份是贫困户,年纪轻轻却是个懒汉,家里穷得“老鼠来了都得含着眼泪走”,他干农活嫌苦,外出打工嫌累,一味依靠帮扶干部“波儿客”。“波儿客”对症下药,劝回了“张漂亮”的前妻优优,成功激起了“张漂亮”的脱贫内生动力。一年后,“张漂亮”靠着自己的努力顺利脱贫。

该视频在网上反响热烈,有网友留言:“现在政策这么好,只要不懒,生活就会越来越好!”

今年4月,在中央组织部举办的第十五届全国党员教育电视片观摩交流活动中,《懒汉脱贫》获得全国优秀奖。

“爆笑巫溪”还不断吸收新鲜血液,充实队伍。

72岁的张光如是银峰村四组的贫困户,和老伴住在山上,出行不便,吃水也成问题,他颇有怨气。依托脱贫攻坚政策,去年5月,道路修到了张光家门口,蓄水池也建起来了,老两口改造了旧屋,顺利脱贫。

2019年6月,王运林把张光和发展成为剧组演员,角色名“光头和”,让这个曾经的贫困户,来讲解宣传脱贫攻坚政策。“爆笑巫溪”还经常以他的老房子为背景拍摄,张光和逐渐成了当地的“名人”。每当有人来串门,他便主动向人宣讲脱贫政策。

从2017年8月至今,“爆笑巫溪”用幽默诙谐的本土化表达方式赢得了众多网友追捧,3年来已发布400余期原创视频,各平台总计粉丝有近百万,月点击量超500万人次。创作团队从3个人的“草台班子”,发展为巫溪脸巴儿文化传媒工作室,团队成员增加到11人。

媒体深度融合 为乡村治理提供新思路

对这个本土自媒体“爆款”平台,巫溪县给予了大力支持,在监管的同时进行科学引导,使其成为官方媒体的补充,促进巫溪主流媒体和大众媒体进一步深化合作、开拓创新。

从2019年5月1日开始,巫溪县融媒体中心通过多个融媒体中心平台播放“爆笑巫溪”微视频,并在有线机顶盒点播首页为其开设专区。巫溪县相关职能部门也积极与“爆笑巫溪”合作,请他们制作轻松诙谐的短视频宣传各项政策,群众接受度大大提升。

比如,今年新冠肺炎疫情期间,“爆笑巫溪”就在卫生防疫部门指导下,推出4期防控新冠肺炎的短视频,帮助当地群众了解如何科学防疫,视频在各平台播放量累计超过300万次。

在前不久的国家网络安全宣传周期间,巫溪县网信办与“爆笑巫溪”联合策划了7期公益视频,宣传网络安全,传播量达到了50万+。

在与职能部门的合作中,网红“张漂亮”的形象更加深入人心,他有时化身卖旧口罩却自作自受的骗子,有时又成为揣着二维码卖洋芋却被人骗的农村小贩,有时又是会唱rap的乡村“歌手”……有网友留言:“听‘张漂亮’讲政策,好懂又好耍。”

巫溪县融媒体中心主任邹永武说:“如今,利用新媒体接受和传播信息,在农村已成为新常态。‘爆笑巫溪’的创新表达,为我们农村基层治理提供了新思路。”

“以‘爆笑巫溪’为代表的农村自媒体的存在,对于打通党的声音在基层传播‘最后一公里’,具有重要意义。”市委网信办相关负责人表示,“爆笑巫溪”为农村自媒体的成长、创新基层治理手段、繁荣乡村文化等提供了样本和参考。

引导自媒体成为乡村治理的“助推器”——专访重庆市委网信办主任文天平

□本报记者 彭瑜

怎样看待“爆笑巫溪”的走红?如何引导自媒体在带动脱贫攻坚、推动乡村振兴、参与乡村治理方面发挥作用?9月29日,重庆日报记者专访了重庆市委网信办主任文天平。

重庆日报:请问您怎么看待“爆笑巫溪”的走红?

文天平:“爆笑巫溪”在解决宣传社会主义核心价值观、聚力脱贫攻坚、乡村振兴等“最后一公里”的到达问题上,既入眼入耳、又入脑入心。我们对“爆笑巫溪”进行过深入调研,认为其有五个鲜明特点:

一是“土”。讲本土故事、用本土人员、说本土方言,有生命力、鲜活力,散发出泥土的芬芳,土气但不俗气。

二是“微”。用微视角讲大视野、微视频讲大道理、微传播释放大能量,顺应了互联网“碎片化”传播特点。

三是“潮”。内容紧扣时代的问题、乡村建设的痛点、乡村治理的难点,具有重要现实意义。

四是“真”。其场景、故事、题材等贴近群众、农村和实际,将原汁原味的巫溪方言、鲜活生动的人物

等搬上了视频,触动了人们的乡土情怀。

五是“正”。这些走心视频的核心是正能量,爆笑到最后却引人深思、发人深省。

重庆日报:自媒体在乡村治理中可以发挥什么作用?重庆在这方面有哪些实践?

文天平:新形势下,自媒体在凝聚乡村治理力量、塑造乡村文明新风、开拓农产品市场、建立党群“连心桥”等方面具有独特优势和显著作用。

近年来,市委网信办积极打造新媒体平台和产品,大力培养“乡土网红”,推动“党建上网”“山货上线”“课堂上云”,加强自媒体管理和规范发展,助推乡村治理体系和治理能力现代化。

比如在巫山县洞桥村,我们引导培育了“村主任小罗”自媒体平台,多措并举,让“村主任小罗”成为自带流量的“乡土网红”,不但让洋苹果、腊肉、红薯粉、金银花等农家生态土货通过互联网走出了大山,而且“村主任小罗”微信公号、抖音号还成为联系村民和外出务工人员的新桥梁和新纽带,凝聚起促进乡村治理、推动乡村振兴的强大力量。

同样是在洞桥村,我们试点引入“智慧党建”系

统,开通智慧党建IPTV“智云”视频会议系统,实现了市、县、镇、村、户五级“同屏”联动,电视、电脑、手机多屏互动,共话洞桥村发展。

所以说,新时代自媒体已经不只是信息的提供者。通过引导培育,可以让其成为集信息传播、社交网络、政务服务等功能于一体的农村“全服务平台”,成为乡村党群干群新的“连心桥”。

重庆日报:如何引导自媒体健康有序发展,让其真正成为乡村治理的“助推器”?

文天平:我们积极打造扎根本地、服务本土、充满活力的自媒体集群,引导它们紧密结合本地实际,聚焦思想引领,强化议题设置,发挥内容、渠道优势,创新传播方式方法,创作一大批正能量作品,凝聚和引领本地网民与党同心、跟党走同行,共创美好生活,取得了良好效果。比如网络安全宣传周“爆笑巫溪”创作的系列短视频至少都是10万+的播放量。

与此同时,我们按照中央网信办“三项整治”工作要求,在全市展开了网络空间全覆盖的大排查、大清理、大整治,已取得阶段性成效。全市已关闭违法违规网站250余个,关闭违法违规自媒体账号1.2万个,清理违规新闻App13个,删除各类违法违规信息4.7万多条。

我们将建管用并重,努力建设更健康的市场环境、更清明的网络空间,让重庆的媒体和自媒体更健康、良性发展,为乡村振兴服好务,为全市经济社会发展服好务。



“爆笑巫溪”团队正在拍摄短视频。
记者 龙丹梅 摄/视觉重庆



“爆笑巫溪”作品剧照。(受访者供图)



“爆笑巫溪”作品剧照。(受访者供图)



“爆笑巫溪”“张漂亮”(左)剧照。(受访者供图)