



穿上红色毛衣,戴上白色假发套,画上老年妆,90后宣讲员何婧化身“何大妈”,让宣讲“飞入寻常百姓家”。

90后“何大妈”让宣讲“飞入寻常百姓家”

■记者 徐志达 摄影报道

冬日的暖阳透过窗户,洒进嘉兴市南湖区大桥镇焦山门村的文化礼堂。百姓茶馆里比往常更加热闹,长条木凳上坐满了老人,他们捧着茶杯,目光齐聚前方。大屏幕前,穿着大红色毛衣、顶着一头蓬松白色假发的“何大妈”正用一口地道的嘉兴土话比画着:“各位阿叔阿巴(土话,叔叔阿姨的意思),密码好比自家屋里的大门钥匙,哪能随便告诉别人呀?”话音未落就引来一阵会心的笑声。只见她佯装神秘地压低声音,模仿骗子套话时的腔调,又突然瞪大眼睛,摆摆手,“陌生链接千万不好点,就像地上不认识的蘑菇,不好随便吃!”生动的比喻让台下老人们频频点头,几个阿婆凑在一起小声重复着“不好点、不好点”,像记牢菜谱般认真……

这位正在绘声绘色开展网络安全宣讲的“何大妈”,便是南湖区“南湖桨声”宣讲团的90后宣讲员何婧。她扮演的“何大妈”方言宣讲形象在南湖区有着颇高的人气。

“何大妈”的“诞生”,源于何婧一次偶然的“放飞自我”。

在何婧看来,让宣讲内容“飞入寻常百姓家”并非易事。最初,何婧遵循常规的宣讲模式,也精心准备了内容,期望能取得良好的宣讲效果。然而,现实却与期望有着不小的差距。“我认真准备的内容,听众却兴趣寥寥,那种挫败感真的很强烈。”何婧回忆道。

2023年,何婧准备参加一个由村民担任评委的分享会。“当时我就想,既然评委都是村民,那我肯定得讲点他们能听进去的东西,于是就决定‘放飞自我’一次。”何婧突发奇想,说干就干,立即着手筹划服装和造型,设计方言说唱、撰写文稿,以比较接地气的小老太太形象首次登上了宣讲台。这次宣讲的形式创新,

意外地收获了一众好评,甚至还有不少人来“催更”。从此,何婧便围绕“何大妈”这个角色,踏上了方言情景式宣讲的道路。

经常有人问何婧,为什么这么豁得出去?“既然创造了这个角色,就要让大家相信这个角色的存在。”何婧说,“我卸妆后村民们基本上不认识我,甚至不知道我本名叫啥,就知道我是‘何大妈’。”

在生活中,何婧的性格大大咧咧,平时爱好汉服文化、古典舞;在工作中,何婧却细心认真,常一遍遍打磨宣讲文稿,不断思考宣讲方式,反复琢磨如何在宣讲中融入新元素,如何在村民们听得高兴的时候强调宣讲重点……“有‘花头’,要建立在有实效的基础之上,最主要的目的还是让宣讲内容入脑入心,不能让大家笑过就忘了。”何婧说。

从青春靓丽的90后宣讲员,到假发花袄、方言亲切的“何大妈”,何婧的转身,不仅是一次个人角色的创新突破,更是南湖区新时代理论宣讲“走新”更“走心”的生动缩影。

据介绍,作为南湖区理论宣讲的“金名片”,“南湖桨声”自2020年3月创立以来,已累计开展线上线下宣讲上万场,构建起“水陆空”立体宣讲网络,更培育了以“8090”和00后为先锋、百姓名嘴为骨干的多元化队伍。他们不仅让宣讲“活”在社区村落,更通过跨区域联动、校地合作,让红船精神声动全国,相关经验获中央级刊物刊发,多名成员在省市大赛中斩获佳绩。何婧与她的同伴们用事实证明,当青年智慧遇见红色根脉,用百姓语言讲述时代故事,理论的灯塔便能穿透时空,在寻常百姓的会心笑声与频频点头中,汇聚成磅礴的实践力量,让党的创新理论真正“飞入寻常百姓家”,在南湖之畔奏响激荡人心、凝心聚力的时代桨声。



为了让老年形象更生动,化妆时,何婧用染眉膏将眉毛染成白色。



结束了村里的宣讲,何婧直接带着妆驾车赶赴下一个企业宣讲现场。



何婧的演讲稿上有很多方言的批注。



宣讲前,何婧在村里的公共厕所内化妆。



2025年大桥镇由桥龙虾节现场,“何大妈”化身龙虾主播,为大桥农产品代言。



在“何大妈”情景式宣讲工作室,何婧与团队成员就新的方言宣讲内容进行头脑风暴,共商创新方案。



何婧打破“台上讲、台下听”的模式,用方言、笑话、情景剧把政策理论“包装”成有趣的故事,让听众在笑声中接受信息。



何婧在为企业员工开展面对面反诈宣讲。2024年11月,浙江省文化特派员、浙江省漫画家协会副主席、大桥镇焦山门村文艺村长、漫画家何剑伟为“何大妈”宣讲品牌设计了品牌LOGO,助力宣讲品牌价值提升。



2025年12月的一个周末,何婧(右一)和闺蜜一起身着汉服来到嘉兴市区瓶山公园赏景。在生活中,何婧的性格大大咧咧,平时爱好汉服文化、古典舞。