

何以为家？从水泥森林窥见“精神故乡”

——评析抖音账号“张同学”

2021年10月4日，“张同学”在抖音账号上发布了第一条农村情景剧短视频，两个月内粉丝量达到720万。截止到2022年2月10日，该账号共发布了71个视频，累计收获粉丝1914.7万。抖音数据显示，张同学的粉丝中有51.3%来自北上广深，其中分布最多的城市是北京，占比达17.9%。飞瓜数据显示，张同学的粉丝多为一二线城市有一定消费能力的年轻人，其中54.64%的粉丝年龄段集中在18~30岁，31~40岁的粉丝占比为30.49%，而男性粉丝占比则高达94.66%。

“发奋图强离了村，现在发现最爱看的还是村”，张同学以及一系列展现乡村生活的短视频的爆红，体现了农村与城市两种截然不同的文化生态的碰撞，其背后折射了政策导向、平台策略和现代人的复杂心理。

一、边缘人群的自足生活

在短视频中，张同学的人设是单身大龄男青年，他没有通常意义上的体面工作和稳定收入，没有光鲜的外表和高档的住房。他的手机屏幕摔得斑驳，手机壁纸和墙上张贴的海报大多是女明星的照片。每天喝着爽歪歪、旺仔牛奶、哇哈哈，吃大量的六味地黄丸，把钥匙藏在破旧的布鞋里或者砖头下面。此外还会拉上窗帘、锁上门，在家里看DVD，屏幕提示是：十八岁以下儿童禁止观看。这一切显得平凡、琐碎甚至有些庸俗，与精致、富足、整洁等完全背道而驰，甚至有人提出，张同学视频中脏乱差的乡村环境是在给新农村建设抹黑。

在现代化和城市化的体系中，他属于边缘人群；在功利社会中，处于同样境遇的人大多会感觉到匮乏和自卑。然而张同学似乎并没有受到困扰。虽然他学历不高，也没有所谓高雅的爱好，但他的生活中充盈着另一种精神的富足，即平凡的快乐和笑对清贫的乐观。虽然去杂货店总需要赊账，最穷时连一包13块钱的香烟都买不起，却总是笑呵呵的，从不苦闷、迷茫。这种有滋有味或许是真实的，或许是表演和剪辑叠加的效果，但那份闲适透过屏幕直击人心，安抚了焦虑不安、永不满足的现代人。七八分钟的短视频呈现了完整的时间线和故事情节，第一视角的沉浸式体验让观众仿佛亲身参与了他的生活。在张同学的抖音评论区，最常见的留言是解压。

对于一二线城市的年轻男性而言，蜗居、996、窘迫是生活常态，他们受困于尚不富足的物质条件和鼓励竞争的狼性文化，在冷冽的孤独、焦灼的不安和难以忍受的匮乏中寻找自我、描绘未来。此外，80、90 后多从乡村来到城市，对他们而言，乡村往往与回忆、母亲、童年等美好温馨的词汇连在一起。围绕张同学的集体旁观是城市对于乡村的回望，是一群无法活在当下的人对故乡的惦念。

人们到底需要多少金钱才可以从容生活，如何把泡面吃得有滋味，如何享受无所事事、消磨时光的乐趣，如何在漂泊中找到安定之所？张同学给出的答案，短暂地将现代人从意义匮乏的生存困境带回了粗粝而自由的生活。他吃方便面、香肠、面包，也养鹅、捕鱼、挖松露，从菜园里采摘新鲜带泥的白菜和萝卜，找三五好友，准备几道家常菜，喝点小酒，过着“粗糙但舒服”的日子，邻里的往来更充满了城市少有的人情味。在这里，“谁也不必以承认自己的贫穷为耻，真正的耻辱是不择手段以避免贫穷”。

二、有限真实的具象呈现

短视频平台往往陷入一种悖论，一方面，平台主打记录美好生活的口号，观众期待拥抱真诚的他者；另一方面，深受平台和用户喜爱的内容一定在内容或形式上高于生活。这就要求制作者藏愚守拙，展示一种漫不经心的才华，并掌握适度加工的艺术。真实的定义在此渐趋模糊。相较于明星，草根博主多因朴实、接地气而出圈，对他们而言，专业的团队运作无疑是减分项，它意味着视频中的人设、场景、情节、人物关系都可能经过精心编排，是资本设下的圈套。这在伤害粉丝情感的同时，也丧失了核心的竞争力。

第一人称的叙事，7 分钟 290 次的运镜，平均时长为 2.27 秒的分镜……堪称专业的拍摄和剪辑手法在为张同学带来流量的同时，也引发了巨大争议。有人说他是导演专业的研究生，曾参与主旋律电影的拍摄；有人质疑他背靠专业团队，刻意炒作人设。对此，他在 2021 年 11 月 26 日发布了一期名为“揭秘张同学”的视频，回应说自己是一个地道的农村人，内容、拍摄和剪辑都由个人独立完成，并还原了部分的操作过程。其回应的视频得到了 206.1 万的点赞量，关注度达到一个新的数量级。这数据本身就体现了人们对于真实性的追求。此外，视频没有滤镜，字幕上偶有错别字，稀松平常如洗拖把、喂小狗、切菜的生活细节，都成为了真实的明证。

但这种真实是有限的。如果将张同学的视频还原成慢直播，大概会无趣得多。短视频本就短小精悍，加之张同学使用了高频快捷的剪辑方式，使得平淡繁重的农活去除辛苦化和琐碎化，而成为一种审美。自第四集起，张同学的视频有了专属的背景音乐，曲

子是德国歌手阿奇姆·瑞切尔的《加油加油》，这一激越的曲调也打破了日常生活的沉闷，使之更具有节奏感和生命力。

此外，张同学每天的生活中最重要的事情就是张罗吃饭，没有家长里短、生存压力、婚丧嫁娶、艰辛劳作，诸事轻盈，哪怕就真正的乡村而言，这也是一种世外桃源的建构。它剥去了生活单调、沉重的一部分，保留了闲适、舒展与自然。然而根据南方周末的报道，在松树村，留守中年男人的常见命运是去矿山做体力活或者是外出打工。

虽然人们呼吁真实，但多数人只能承受部分的事实，他所希望看到的仍是浪漫化的结果，以求在应然与实然、理想与现实之间维系微妙的平衡。张同学在一定限度内的写实，保留了一种够得着的生活。当电影、电视剧、短视频中堆积了大量不食人间烟火的精致，外貌焦虑、经济恐慌将人们卷入消费主义的泥淖中，人们需要短暂的喘息和逃离。张同学展现的恰恰是，当一无所有时，人们如何坚实地生活在这片土地上，如何在一个攀比成风的社会，舒展、坦然地面对真实的生活和他人的审视。

三、男性视角的平凡叙述

长期以来，人们对于乡村的认知大多停留在老少妇孺，下厨房被视为女子的份内之事，文艺作品中的农村叙事也多从女性视角展开。短视频呈现了更立体的乡村生活，一定程度上打破了这类刻板印象。在抖音上，“康仔农人”有 2022.7 万的粉丝量，“念乡人周周”有 1115.1 万的粉丝量，他们的视频采用抒情的音乐和绿色调的滤镜，节奏舒缓，叙事优美，延续了李子柒式的田园风格；内容则以两个男性的日常互动和美食烹饪为主，前者的主角是康仔和老小孩，后者则是周周和东毛。但这只是男性视角的一种维度，对应的是温润细腻的南方气质。

与之不同的是，张同学的视频在情节和剪辑手法上更具戏剧化和跳跃性，内容也更加通俗，完全抹去了诗意的色彩，显现出面朝黄土背朝天的粗粝。这反映了广西、贵州与辽宁在自然环境和风土人情上的南北差异，也在头部博主中补充了全新的男性视角和地域特色。在“情深似海”这期视频中，一群中年男性聚在一起打篮球，然后站在三轮车上回家，大家分工准备食材。张同学做饭的过程虽然算不上有美感，但手法娴熟，菜品成色尚佳，吃肉喝酒时更是酣畅淋漓。总体而言，他呈现的是一种粗糙又爽直的北方汉子的形象。从这个层面来看，张同学的热度是南北、城乡和两性文化差异的产物，他在主流的文化生态中为另一种存在的合理性发声。

正如他在《一个俗人》中所唱的：“虽是别人眼中小人物，却是亲人依赖的顶梁柱，平凡生活并不是认输，无名之卒照样可以幸福。”对于城市中多数独居的年轻男性而言，凑活、匆忙、粗线条却又不失热血和担当才是生活本来的样态。由于这一群体在倡导精致生活的抖音中长期失声，陷入被代表、被规训的框架中，张同学的出现引发共鸣亦在情理之中。但有趣的是，他在往期视频中的不修边幅之处和“俗人形象”，如洗手只洗三根手指、喜爱抽烟喝酒、不太讲究卫生等，都与流行文化对男性的期待不符，或许这可以解释，为何张同学的女性粉丝占比仅为 5.34%。

此外，与美食博主不同，张同学的段子聚焦农村大龄男青年的单身生活。回顾他的视频，除了药店和杂货店的老板娘，屏幕中少有女性形象出现。虽然他本人早已结婚并育有两个孩子，但他身边的朋友多已离婚或者没结过婚。彩礼贵、结婚难、离婚多、老光棍多，也是东北农村生活的真实体现。在这个层面上，张同学再次补充了主流叙事。

四、平台与政策的助推

2020 年 8 月，抖音宣布推出“新农人计划”，投入 12 亿流量资源，扶持平台“三农”内容的创作。这一方面契合了脱贫攻坚和新农村建设的政策风向，体现了平台的社会担当；另一方面，也符合抖音下沉到三四线城市和农村市场的战略需求。张同学的视频带有#记录真实生活#新农人计划 2021#我的乡村生活#等标签，他的火爆是抖音侵入快手腹地的缩影，也是平台拓展自身定位和影响力的策略。

一个有趣的现象是，张同学在快手的账号粉丝数仅为 148.2 万，而他在抖音的粉丝量则有近 2000 万，这与两个平台的算法机制和原本的用户群体有关。一方面，抖音青睐优质内容和头部用户，偏好制造爆款；快手则推崇普惠的价值观，其头部用户获取的注意力资源被设置了上限。此外，抖音从北上广深起步，对漂泊的年轻人而言，基于乡村的文化叙事极易引起共鸣，毕竟故乡这个词对异乡人更有意义。但是在快手的用户群——三四线城市居民和小镇青年眼中，张同学的生活既不美好也不真实。“对于快手粉丝来说，拍自己如何养好奶牛，比拍自己起床、吃饭等视频更受欢迎。”

除了视频本身可圈可点，客观而言，张同学的农村背景帮助其赢得了用户的青睐，他在抖音转型期入局短视频，又获得了平台的加持。此外，他独立拍摄，没有资本介入，远离商业逻辑，又赢得了民间好感和官方认可。虽然中国消防点名张同学烧焦的插线板有消防隐患，交警指出其农用三轮车载人的行为涉及违规，但都是善意提醒。“人民网评”和“央视网评”呼吁更多的“张同学”出现，以记录真实的中国，中国青年报也发

文证实张同学确实是独自创作，并肯定他展现了乡村生活中真正吸引人的力量。官媒的集体背书进一步助推了全社会对于张同学的关注，也间接影响短视频文化生态的走向。

在网络空间中为失落的乡村争取言说的权利，以平等对话和真实的影像消除地域成见，这是社会公正的应有之义。然而，正如鲍德里亚在《消费社会》中所言说的：大众文化在本质上是一种消费文化。众多拜师学艺者对张同学的模仿和追逐，并非出于对东北农村的喜爱，而是一种猎奇和投机心理。此外，过度的缺乏内涵的戏谑呈现，以及爆火的大 IP 本身也会成为一种简陋的模型，被收编为消费性的文化符号，并掩盖乡村文化的丰富性与切实的困境。

互联网的热度本就稍纵即逝，新事物的兴起会引发无数效仿者，而后又因同质化和审美疲劳被迅速抛弃。不仅如此，民众热衷造神，也善于毁神，符号和载体坍塌之际，其所指也会被污名化。在资本、舆论、人情交织中，张同学的未来何去何从，仍有待观察。而对于千万普通农民而言，美好生活的出路并不在于成为“张同学”，而寄托于乡村的经济振兴和教育发展。严肃媒体在追踪张同学走红的同时，更应看到东北农村的就业、婚恋和经济困局，抽丝剥茧地呈现真实的乡村，并推动其革新。