

特稿 205

近日,“年轻人在地铁站打广告”的话题引发关注。有人“晒猫”,有人相亲,有人庆祝结婚纪念日,关注度最高的,还是在地铁站打广告求职的年轻人:

——我摊牌了,不装了:我是来求职的!

——我勇敢地给自己打广告了,而你勇敢地招我了吗?

——请扫码,了解我“飘零的前半生”。



更多精彩内容
请扫描二维码



6月12日,广州市天河区天河公园地铁站设置的个人广告电子屏。

视觉中国 供图

在地铁站“整活儿”的年轻人

本报记者 叶小钟 赵思远

在繁华都市的地下脉络中,地铁如同一部永不停歇的时光机,承载着人们的喜怒哀乐与希望梦想。不久前,这里悄悄发生了一些变化,带来变化的主角,是那些勇敢地地铁站展示自我的年轻人。

地铁,现代文明的重要标志之一,对于城市打工者而言,更是生活中习以为常的一部分。在地铁站,无论是风头无两的行业,还是备受追捧的产品,亦或是热度爆棚的流行梗,总能在地铁广告的世界里寻到蛛丝马迹。

一些年轻人,开始在地铁站给自己打广告求职。不少网友调侃:“天选‘E人’屏!”“人才啊!简历曝光度大大提高。”“不用耗尽心思海投,HR主动联系我的感觉太爽了!”

与其说是求职,不如说这是另一种自我尝试与突破,更是社会多元化与包容性的体现。在工作“内卷”具象化的地铁通勤路上,越来越多年轻人渴望通过“花式整活儿”,释放压力与情感,主动为自己争取更多机会和可能。

“我勇敢地给自己打广告了”

“那一刻,我的心提到了嗓子眼,不知道等待我的会是什么。”

5月10日上午,正值上班早高峰,丁子明来到离家不远处的一座地铁站,并不是为了通勤,而是要瞧瞧自己投放的个人广告牌,那也是一份特殊的求职简历。

尺寸约为3米×1.5米的灯箱顶部印着两行字:

我摊牌了,不装了:我是来求职的!我勇敢地给自己打广告了,而你勇敢地招我了吗?

在这两行文字下方,左侧配有大幅半身照,面部被“风华正茂择业期,扫码加微定乾坤”两行字遮挡。右侧是工作经历和微信二维码,还有几句自荐:

了解我,发现我,一位个性鲜明的90后。

这之后的几天,丁子明每天都会来到地铁站,躲在灯箱不远处的角落,默默观察过往人群的反应。“有人匆匆路过,有人停下来细看,还有人瞟了一眼后,又回过头来拍照”。

他在地铁站求职广告的想法,来自一次偶然。4月17日,朋友给正在求职的丁子明发来一条新闻链接,新闻中那句“请扫码,了解我‘飘零的前半生’”,立刻吸引了他的注意。

向瑶函是这则新闻的主人公,也是此后鼓励丁子明作出尝试的人。4月13日这天,在广州地铁珠江新城站B1出口,向瑶函的照片出现在一块醒目的广告屏幕上。“大家找工作找对象都不容易”,广告屏上这句直白的话,配上他的简历和所获奖项,以及右下角的微信二维码,构成了一幅独特的画面。

“这是网络时代中一种自我表达与认同的需求,也是创新心理与寻求心理的表现。”广东省总工会副主席廖宇红(全国优秀工会工作者、全国工会系统先进工作者、国家二级心理咨询师)

师,持员工心理援助专项执业能力证书)分析,年轻人在地铁站投放广告,实际上是通过展示自己的生活和情感,彰显独特性与创造力,获得他人的关注和认同,从而增强自我价值和存在感。

对于如何设计简历广告文案,丁子明有自己的想法:“在这个快节奏的社会里,广告中不适合放长篇大论,所以我的简历广告必须简洁明了,直击要点。”他在手机里打下一行行字,又一次次删除,经过无数次修改后,确定了最终版的广告文案。

在照片的选择上,他倒是犹豫了很久,“我本来想露全脸,但最后还是因为害羞,打上了马赛克”。

在生活的迷宫中徘徊

“感觉向上走的机会渺茫,向下又心有不甘,每天都在纠结中度过,仿佛自己的朝气被一点点抽干。”

从对上一份工作的迷茫中跳出来,是丁子明作出改变的重要原因,“那种生活状态,让我陷入了深深的自我怀疑中。我想,这并不是我想要的人生。”

1994年出生的他,家乡在安徽合肥。2017年大学毕业后,他进入建筑行业,开始从事工程造价工作。此后的几年,他在工地上日夜奔波,与图纸和数据为伴。

然而,随着时间的流逝,工作压力如同一座无形的大山,压得他喘不过气来,这种疲惫感不仅侵蚀着他的精神,也影响了他的家庭生活。“每次下班回到家,我都难以摆脱工作中的压抑情绪。家人都开开心心的,我却怎么也提不起兴致,就像一位格格不入的局外人。”提起这些,丁子明仍心怀歉疚。

正如苏格拉底所说:未经省察的人生是不值得过的人生。在经历了无数个夜晚的辗转反侧后,今年春节过后的3月份,丁子明终于做出了决定——辞去那份让他身心俱疲的工作。“离职那一刻,心中既有解脱,又有对未来的迷茫。但我知道,我必须为自己,为家人,去寻找一个新的方向。”

接下来的求职道路却是一波三折。那之后,他开始在各大招聘网站上投递简历,简历都如石沉大海,杳无音信。有段时间,他每天都守在电脑前,期待着一封可能改变生活的回复,可等来的只有失望。“感觉自己就像在黑暗中摸索,一度找不到出路。”

和丁子明一样,来到广州工作的90后小伙向瑶函,也曾生活的迷宫中徘徊许久。原本期待在AI领域大展拳脚,成为一名出色的AI讲师的他,在努力很久后,发现自己在AI开发方面还能再做很多探索。于是,他决定重新踏上求职之路。

在朋友的帮助下,他得知了地铁开放个人租赁广告位的信息,这让他心动不已。然而,交钱后他又陷入了纠结与犹豫:“在公共场合展示自己,需要莫大的勇气。”

“一时冲动交了钱,又不好意思去退钱,只好硬着头皮上了。”向瑶函调侃道。接下来的日子,他日夜埋头设计海报,改了四五版,每一个细节都反复斟酌。他不仅在脸上打了马赛克,还在海报上写下自嘲:“找不到工作,没脸见人。”

在丁子明陷入迷茫时,向瑶函的求职广告给他带来了启发,纠结也随之而

来。“我犹豫了很久,内心一直在挣扎。毕竟,对于内向的我来说,在公众面前这样大胆地展示自己,是一个非常大的挑战。”丁子明深吸一口气,仿佛又回到了那个艰难的抉择时刻,“但一想到自己的现状,想到家人的期待,我知道我必须勇敢一次。”

从“I人”转向“E人”

除了打广告求职,年轻人在地铁站的“花式整活儿”,也以创新方式增强了彼此的情感连接。与丁子明不同,广州市民江女士通过地铁广告为家人准备了一份惊喜。她选择在广州地铁天河公园站的一块广告牌上,印上了自己对先生的生日祝福。

“他或许不善表达,但我知道他的心里满是幸福。”地铁生日广告展示期间,江女士带着儿子和先生一同来到地铁站“打卡”。最开始,她的先生还有些害羞和尴尬,但在家人期待和喜悦的目光中,感动渐渐溢于言表。

“这是个人情绪寻求共鸣与情感连接的体现。”在廖宇红看来,地铁站的个人广告往往带有强烈的情感色彩,在一定程度上能引发乘客的情绪共鸣,增强人与人之间的连接。“在快节奏与高压力的社会中,这种情感连接,是有助于缓解人们的孤独感和焦虑感的。”

丁子明看似冲动的一步,成了他生活的转折点。他的地铁求职广告如同一颗投入平静湖面的石子,激起了层层涟漪。

从投放广告的那一天开始,丁子明每天都在期待着有好消息到来。他想象着电话铃声不断响起、用人单位纷纷向他伸出橄榄枝的场景。然而,现实却给了他当头一棒。最初几天,求职广告几乎没有获得任何反响,“每次去地铁站看,心里都特别失落。感觉自己的努力都白费了。”

“我告诉自己,也许机会还在路上,只要我不放弃,就一定能等到。”那之后,丁子明依然每天关注广告进展。终于,在投放广告约一个星期后,情况发生了变化。

“当我看到第一个陌生人加我的时候,我简直不敢相信自己的眼睛。”丁子明激动地说,随着时间推移,反馈也越来越多。有人给他介绍工作,有人主动为他的简历提出修改意见,还有很多陌生的网友觉得他很勇敢、想和他交朋友。

他的心态开始慢慢变化,“以前是‘I人’,性格比较内向,总是很自卑,觉得自己什么都做不好。通过这次尝试,我发现原来自己也有被认可的地方,像是转为比较外向的‘E人’了。”

对于向瑶函来说,起初他只是期待能通过地铁广告引起一些关注,找到一份合适的工作。让他惊喜的是,仅仅通过5天的广告投放,他就加了400个新好友,收到了几十个公司抛出的橄榄枝。

在廖宇红看来,地铁个人广告不仅是单向的信息传递,更是一种社会关系的重塑。通过地铁广告,人们可以建立新的联系,“对比以往的线下联系方式,这种新的联系方式有助于打破传统的社会结构和网络,促进社会的流动性。”

这一系列的变化,为向瑶函带来了人生中的许多“第一次”:第一次在镜头

前分享自己的故事,第一次做直播与网友互动……甚至,有人将他视为勇敢的榜样,一位家长特意加他好友,倾诉孩子求职的困境,希望孩子能像他一样勇敢地迈出第一步。

“我从来没想过,自己的一个小小举动,能给别人带来这么大的影响。”向瑶函说。

反映社会多元化与包容性

在这股热潮之前,广州的地铁广告业务一度遭遇低谷。2018年后的一段时间里,由于地铁人流骤减,商业广告投放也随之陷入低迷。在困境中,地铁广告团队尝试将目光转向个人投放市场。

为了给更多人提供展示自我的平台,广州地铁资源运营公司、广州地铁传媒公司开发了微信小程序,于今年1月正式上线。广州地铁传媒综合管理部经理李婧告诉《工人日报》记者,个人广告业务上线以来,访问量、成交量持续攀升,“以亲民的价格、新颖的创意、便捷的下单流程吸引了众多用户,激发了广大乘客对广州地铁广告的亲近感。”

今年2月,在春节和情人节双节期间,广州地铁7号线员岗站里,宝爸和孩子们为宝妈送上的生日祝福广告,成为了广州地铁收到的第一笔来自“个人”的投放订单。随后,一位法律博主为了宠粉投放的灯箱广告,播放量超过139万。

向瑶函的求职广告,则将“个人投放”推上了热搜。“订单量从原来的一周20多单,猛增到一周150多单。契合中高考主题的毕业季广告,近来也十分受欢迎。”李婧说。

“地铁为个人提供展示平台,反映了社会的多元化和包容性。”廖宇红认为,个人广告打破了以往地铁广告只用来做商业性宣传或公益性宣传的固化思维,允许以个人为单位在公共空间中展示自己的独特性或创造力,“这不仅是一种商业行为,更多的是新的时代背景下的市场经济中,一种新的社会文化的展现。”

然而,这种“零售”的广告业务,目前几乎无法覆盖成本。“我们还有更长远考量。”李婧表示,“从前,可能10个地铁广告展示位全是商业广告,路人大多低头走过。如今,少放些商业广告,多放些个人创作的精彩内容,比如10个展示位中,7个播放商家广告,3个展示个人投放内容。这样一来,许多人会主动观看,甚至拍照、打卡、发朋友圈。表面上能挣钱的广告位减少了,但实际上,旁边那7个广告的转化效率和价值得到了显著提升。”

2024年,广州地铁开放个人广告投放业务后,每月营收同比增长约20%,环比营收也均有增长。

公共空间与私人空间融合

对于地铁站的个人求职广告,有网友调侃:“找错市场了吧?简历不是该投高档小区的电梯吗?哪个老板坐地铁?”“招人的老板可能不会坐地铁,但公司HR大概率坐地铁。”

也有人心存顾虑,“这不是一种对于公共资源的占用?”中铁建工集团

广州白云(棠溪)站综合交通枢纽项目的一位年轻职工认为,地铁允许个人投放广告,为个体提供了全新的展示平台,但是仍需防范潜在风险。

一些网友担心,“个人广告投放门槛相对较低,当前网络上的诈骗手段层出不穷,难以对个人广告进行有效监管,一些不法分子不会利用这一方式进行欺诈、虚假宣传。”“地铁个人广告是否可能通过隐秘链接传播低俗、暴力等不良内容,给乘客带来经济损失,甚至造成心理健康问题和负面社会影响?”

对此,受访的业内人士建议,地铁相关部门应更审慎地考虑这一做法的可行性和可持续性,并采取有效措施加以规范和管理,在保障个体展示的同时,也要确保内容健康、隐私保护和和谐。

广州地铁传媒公司一位工作人员告诉记者,目前收到的负面反馈较少,“有些是个人的主观看法,比如有人觉得自己的简历实力不够、不敢晒,有人觉得抛头露面不合适,‘E人屏’适合‘E人’等等。”

“这是新的公共空间与私人空间的融合,使得公共空间更加人性化、生活化。”廖宇红表示,从商业角度来看,只要不违反法律法规和社会公德,这种个人商业性的展现,对地铁公司而言就是一种商业行为,但要对个人展示主体法律层面的内容做好把关,“地铁个人广告,就如一张报纸、一本书、一页杂志,甚至像网络上的某个画面一样,只是一种新式的个人宣传与展示方式。”

“在审核环节,工作人员会严格把关,大家不必过度担心被‘恶搞’。”李婧表示,个人投放广告必须走完完整的流程,按照要求提交广告材料和个人资料,审核人员会逐一审查,确保完全符合相关规定。

“亲朋好友的态度是两极分化的。有的觉得我很勇敢,有的觉得我不务正业,不认真找工作,净整些‘幺蛾子’。”向瑶函表示,对于地铁个人广告给生活带来的改变,“自己一开始还是蛮惊喜的,不过越到后面,越感觉到一种焦虑和疲惫,主要还是多了很多机会以及很多新伙伴,有点处理不过来。最近一段时间感觉挺累的,也挺迷茫的,不知道自己接下来该干点啥,可能我还需要时间去调整。”

倘若没有这次尝试,我或许还在迷茫的深渊中徘徊挣扎。”通过地铁广告,丁子明获得了一份新工作,回顾这段难忘的经历,他依然颇有感慨。

当被问到是否会向其他年轻人推荐尝试地铁广告时,丁子明表示:“应当理性思考,如果他们确实有明确真实的需求,我才会推荐。但是,每个人的情况都不一样,我的经历无法为所有人提供参考。敢于真实地表达自己,敢于追寻自己的梦想,这才是最重要的。”



丁子明和他的个人简历广告牌。

受访者供图



向瑶函和他的个人简历广告牌。

受访者供图



市民投放个人广告牌庆祝毕业。

受访者供图



地铁站人来人往。 本报记者 蔚可任 摄

需求,我才会推荐。但是,每个人的情况都不一样,我的经历无法为所有人提供参考。敢于真实地表达自己,敢于追寻自己的梦想,这才是最重要的。”

通勤路上的地铁站,曾是各大品牌的广告秀场。今天,一些勇敢而有趣的年轻人,以独特的方式,给人们带来了精神抚慰。目前,除了广州地铁,合肥、青岛、郑州、成都等众多城市的地铁站,均陆续开通了地铁个人广告投放业务。

早晚高峰,除了沉浸在自己的一方天地,我们不妨抬起头来看看灯箱,去留意下身边的那些普通人,在耀眼的广告牌下,他们的神色匆匆,有的面容沉静,有的步履不停。

在这背后,或许,也隐藏着许许多多妙趣横生的灵魂。