

基于社交媒体的大学生求职模式探微^{*}

何琛姣

摘 要:近些年,以社交媒体为渠道的招聘与求职日渐兴起。本文总结了社交媒体求职一般模式,分析了社交媒体背景下的大学生求职面临的新挑战,并就大学生求职提出了相应的策略。

关键词:社交媒体;大学生;求职

社交媒体是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台,现阶段主要包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等形式。近年来,社交网站正逐渐成为招聘企业和求职者之间新的信息沟通渠道。全球人才测评机构 SHL 发布 2013 年全球企业中国区测评趋势报告显示,六成企业选择通过社交网站发布招聘消息、收集应聘者资料等。目前互联网已经超过校园招聘、现场招聘会等渠道成为应届大学毕业生获取招聘信息使用最多的渠道。在 2013 年有 80.5% 的应届大学毕业生选择使用互联网获取招聘信息,25% 的应届大学毕业生将社交网站列入求职的重要网络信息渠道。《2011/2012 工作世界报告》指出,在受访的中国企业中,尽管目前只有 28% 的企业在利用社交媒介招募人才,但高达 85% 的受访者认为未来社交网络将成为吸引人才的重要手段。^[1]可见,社交媒体的广泛普及和应用将极大地影响大学生求职,日益成为促进我国大学生就业的重要力量。

一、社交媒体求职的理论基础

随着社交网站、微博、微信、博客的广泛应用,在报刊、网络和综合性期刊上有一些文章探讨了社交媒体招聘和求职的特点及其应用方法。本文研究的是高校毕业生借助社交媒体发布求职意向,关注、转发招聘信息,用社交媒体记录应聘历程,查找求职攻略,分享求职经历,为实现就业目标付出努力的过程。本文从劳动力市场搜寻和匹配理论、社会

资本理论、六度分隔理论的视角,对社交媒体与大学生求职的关系进行理论探索。

以 2010 年诺贝尔经济学奖得主彼得·戴蒙德、戴尔·莫滕森和克里斯托弗·皮萨里德斯为代表的经济学家提出了劳动力市场搜寻和匹配理论,该理论综合考虑三方面的内容:劳动者寻找工作的行为、雇主提供职位的行为,以及人和职位之间的匹配问题,认为求职者个体在一定时期内得到工作机会的概率与劳动者的个人特征、地区劳动力需求状况和工作搜寻途径等因素密切相关。^[2]在劳动力市场中,有一群求职者在寻找合适的工作,同时存在一些企业希望招募恰当的雇员。每个求职者有自己特殊的偏好、财富存量和人力资本存量,每个空缺岗位提供不同的工作环境、待遇和职业发展空间。由于劳动力市场存在摩擦,雇主和择业者之间互相要找到对方是有成本的,求职者掌握空缺职位信息的多少取决于他为此付出的精力和财力,并且他的付出会加速上升,人才需求方的搜寻成本也会随着查找时间的延长而加速上升。这个相互寻找的过程意味着,工作岗位闲置与失业并存将不可避免。现在的大学生求职在时间、资料、交通、住宿、服装、通讯等方面花费较大,却难以找到适合自己的工作。因此,要提高人和职位的匹配效率,就要构建用人方和求职方之间有效的交流方式。社交媒体求职是通过网络投递求职资料,使得资料的边际成本几乎为零;通过网络测试面试,可以实现异地评估,减少往返

收稿日期:2014-06-30

作者简介:何琛姣,赣南师范学院副教授。(江西赣州/341000)

^{*} 本文系江西省教育科学“十二五”规划课题“地方高校毕业生微博求职行为的实证研究”阶段性研究成果。