

交通费用；通过精准匹配技术，降低求职盲目性；通过社交媒体进行相互的背景调查，使双方作出合理决策。这样，社交媒体可以成为劳动力市场搜寻匹配过程的传导中介，为招聘求职双方降低搜寻成本，提高大学生求职的针对性和有效性。

在大学生求职的过程中，人力资本和社会资本是大学生就业的双重动力。人力资本是基石，是获得就业机会的入场券；社会资本是桥梁，是人力资本得以展示的中介。社会资本理论代表性学者林南指出社会资本是存在于组织、团队及个人社会关系中的一种财富或利益，主要包括关系结构、人际互动和关系结构中个体所拥有的共同愿景及语言等，因而在各种活动中，社会资本的重要作用日益凸显。^[3]科尔曼认为在现实生活中，由于某些行动者的利益部分或全部处于其他行动者的控制之下，行动者为了实现各自的利益，相互进行各种交换，甚至单方转让对资源的控制，其结果就形成了持续存在的社会关系，这种持续存在的社会关系，就是我们通常所说的社会资本。可见，与求职有关的信息和机会不仅通过劳动力市场进行分配，而且通过社会关系网络进行配置，毕业生所拥有的社会网络、信息网络在大学生求职过程中发挥越来越明显的作用。大学生的社会网络规模越大，拥有的社会资本数量越丰富，就更有可能在不发达且分割的劳动力市场上获得顺利就业所需要的信息与影响，从而实现就业目标。^[4]社交媒体为大学生了解社会，参与职业活动提供了一个平台，它是大学生拓宽关系网络的一种途径，也是企业等用人单位参与大学生培养的一种渠道。在大学生和用人单位的互动过程中，不仅开发了大学生的社会资本，也引导着大学生自觉地提高自身的人力资本，从而在求职过程中形成人力资本和社会资本的合力，来提升大学生求职的竞争力。

互联网有助于人们建立新的社会关系。我国当代大学生因为使用了社交网络，其现实交往越来越网络化，网络交往越来越现实化。美国社会心理学家米尔格兰姆提出的六度分隔理论说明任何两个素不相识的人，都能通过一定的方式建立必然联系或关系，最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。他阐释了人类社会这样一个网状结构，并增强了不同节点之间的连接关系，在很大程度上让人们对于信息时代的社会有了更深的理解。一般来说，大学生的社交对象是亲人、朋友、同学、老师等，围绕家庭与学校两个中心，大学生的发展机会局限在

较为狭隘的区域内。而社交媒体提供了强大的数据库与链接性能，根据用户现有关系网络机选出与之有丝毫相关的“相对陌生人”，然后推荐给用户，用户可以自行选择是否加之为好友；另外，用户还能在社交媒体平台上主动搜索想要联系的领域的人，发送邀请联结新朋友。社交媒体会根据个体的思想、观点、需求等把用户联结起来，不仅“链接”起不同的用户，使之成为联系好友，也“链接”起不同的信息，使之开放性地被分享。社交媒体的优点是容许和陌生人形成弱纽带。大多社交媒体都提供了好友动态信息聚合的服务，使人们在不多的时间内，可以与更多好友进行较弱形式的沟通与联系。弱关系中的成员大多属于不同的社交网络，连接关系比较松散，交换接受到的信息差异性显著，这就保证了信息资源的独特性和广泛性，而这对于人们找工作来说是个重要的条件。在求职过程中运用社交媒体，大学生的求职范围就能摆脱地域、时间等的限制，在社交互动过程中开拓思维和眼界，而网络的易获得性和异质性，也淡化了社会交往群体在年龄、社会地位等方面的要求，使得求职者有了更多渠道去寻找理想的工作，大学生求职过程就更具开放性和公平性。

随着网络硬件、软件和移动互联网技术的发展，社交媒体因其信息流转速度快、内容丰富、形式多样、良好的宣传效应等特点，契合了90后大学生个性化、多元化、交互性和及时性等信息需求，日渐渗透到大学生生活、工作、学习和娱乐的方方面面。对于大学生来说，社交媒体成了他们获得企业关注、增加面试机会、甚至获得职位的新途径。这一网络应用具有不同于以往网络应用的新型传播特征，对就业环境和高校毕业生求职也产生了新的影响，逐步发展成一种招聘求职新模式。

二、社交媒体求职的一般模式

社交媒体求职，是指在社交媒体的环境下，将传统招聘和求职的构成元素进行系统化的重构。随着云计算和大数据技术的发展，对于海量数据挖掘处理能力使得企业和专业的招聘机构可以在庞大的社交媒体用户群体当中精准搜寻所需人才，投放招聘广告；求职者利用社交媒体进行自我展示，建立雇员品牌，投放简历，在线测试，在线面试，与企业互动，这是一个online to offline（线上线线下）的过程，使企业和求职者的活动更加具有互动性和针对性。