

微时代初探:概念、特征及新事物

杨 丹

(北京财贸职业学院, 北京 101101)

[摘 要]当今的人类社会已经进入微时代。论文从微时代背景出发,梳理了微时代概念,分析了微时代特征,列举了“微政务”、“微公益”、“微商”、“微学习”、“微旅游”等一系列微时代新事物,旨在初步认知微时代。

[关键词]微时代;概念;特征;微事物

中图分类号:F724

文献标识码:A

文章编号:1674-2923(2016)05-0029-04

2010年,新浪微博正式上线;2011年,腾讯公司推出微信;随后几年,微视频、微电影、微小说等事物广泛传播,人类社会逐渐形成一股“微”潮流;2012年,深入人心的“微”字被《新周刊》评为2012中国年度汉字;2013年12月,首都师范大学文化研究院首席专家陶东风在“微时代微文化”学术研讨会上提出,当今的人类社会已经进入“微时代”。“微时代”这一新概念对我们来说既熟悉又陌生,当前的学术界暂对“微时代”无统一的定义,“微时代”相关学术论文更是寥寥无几。那么,何为“微时代”,“微时代”有哪些特征,“微时代”衍生出哪些新事物,本文将针对上述问题一一进行探讨,希望对“微时代”有一个初步的认知。

一、微时代背景介绍

信息与通讯技术的快速裂变式发展,特别是云计算、移动互联、物联网技术发展的互相叠加与嵌套,带来了信息传播方式的剧烈变化。2010年,新浪微博正式上线;2011年,腾讯公司推出微信;随后几年,微视频、微电影、微小说等事物广泛传播,人类社会逐渐形成一股“微”潮流;2012年,深入人心

的“微”字被《新周刊》评为2012中国年度汉字;2013年12月,首都师范大学文化研究院首席专家陶东风在“微时代微文化”学术研讨会上提出,当今的人类社会已经进入微时代。

微博、微信是当代两大主流社交平台。根据中国社科院《2014年新媒体蓝皮书》和易观智库发布的《2014年微信购物发展白皮书》,截止2014年9月,中国目前微博用户账号总数已达13亿,日活跃用户已达到7660万人,月活跃用户达到1.67亿人。据腾讯官方数据,截止2013年10月,微信全球用户数已经突破10亿,覆盖全球200多个国家和地区,接入微信的公众账户已达200多万个。其中微信公众账号在最近15个月内增长到200多万个,并保持每天8000个的增长速度以及超过亿次的信息交互。其中微信公众账号在最近15个月内增长到200多万个,并保持每天8000个的增长速度以及超过亿次的信息交互。

微时代下,人类社会的政治、经济、文化经历着深刻的转型,人们的生活、工作、学习方式也被潜移默化地改变着。在无“微”不至的微时代,微政务、微公益、微旅游、微学习、微商等概念不断涌出,构

收稿日期:2016-03-14

作者简介:杨丹(1985—),女,北京人,北京财贸职业学院信息中心助理研究员,主要研究方向:现代教育技术。

基金项目:本文系北京市教育委员会社科计划项目“微时代职业院校财经类专业教师培训创新研究”课题(课题编号:PXM2015_014260_000003)的成果。

成了微时代的新景观。

二、微时代概念梳理

目前,“微时代”在学术界暂无统一的定义。笔者通过百度百科、知网,以“微时代”为关键字搜寻所有相关文献,共找到四个对“微时代”的定义。

百度百科从文化传播发展的角度将“微时代”定义为“以微博作为传播媒介代表,以短小精炼作为文化传播特征的时代;林群于在《理性面对传播的“微时代”》中提出,“微时代”是以信息的数字化技术为基础,使用数字通信技术,运用音频、视频、文字、图像等多种方式,通过新型的、移动便捷的显示终端,进行以实时、互动、高效为主要特征的传播活动的新的传播时代;袁玥在《“微时代”与微变的教育》中提出,“微时代”是“以微思想为文化背景,以微科技为物质基础,以微媒体为传播平台,以短小精炼为运行特征的时代;”^[1]张梦等学者在《探索“微时代”——“微时代”对社会生活的影响》中提出,所谓“微时代”,就是以微信息、微社区、微媒体为主要信息处理方式的时代。^[2]

综上,笔者认为,“微时代”是以微博、微信为载体,以文字、图像、音频、视频等“微信息”为生产工具,通过手机、平板电脑等微型移动终端进行人类社交行为的新时代。

三、微时代特征分析

(一) 微民

微博、微信的用户统称为“微民”。据中国社科院《2014年新媒体蓝皮书》,截止2014年9月,中国目前微博用户账号总数达13亿,日活跃用户达7660万人,月活跃用户达到1.67亿人。据腾讯发布的《2015微信用户数据报告》,截止到2015年第一季度,微信已经覆盖中国90%以上的智能手机,月活跃用户达到5.49亿。企业职员、自由职业者、学生、事业单位员工这四类占据了80%的用户,80%的中国高资产净值人群在使用微信。接近一半活跃用户拥有超过100位微信好友。57.3%的用户通过微信结交了新的朋友,或联系上了多年失联的旧识。

微时代下,全民皆微,人人都是“微民”,这是微时代的重要特征之一。微民不但是微时代构成的基本要素,更是微时代可持续发展重要的参与者、

驱动者。“以微博而民,将微弱、分散的个体为公益而集结,成为助推社会进步的强大动力。”这是“责任中国”2010公益盛典对公益人物“微民”的颁奖词。当“微民”的言论趋于一致时就会汇聚成强大的舆论场,推动主流文化向前发展。

(二) 微言

140字字数限制的微博,60秒语音时长限制的微信,体现了微时代的另一个重要特征:微言。微民们在微博上发微博,在微信上发朋友圈、消息,简短的百余字甚至更少足矣。微时代,日益加快的生活节奏使微民们更青睐“快餐式”的文化消费内容,^[3]微民们没有耐心和精力阅读冗长的文字,收听、观看长时长的音、视频。“微言”满足了微民在最短的时间内获取最大的信息量的需求。

李克强总理的“大道至简,有权不可任性”;电视剧《武林外传》的“高端大气上档次,低调奢华有内涵”;网络流行用语“羡慕嫉妒恨”、“喜大普奔”、“很傻很天真”、“神马都是浮云”、“做人要厚道”;马伊琍回复文章出轨事件的“且行且珍惜”;2014年春晚的“时间都去哪儿了”;“2015年春晚的经典台词“心有多大,舞台就有多大!”、“别总想着领导喜欢什么,多想想老百姓需要什么吧!”等微言通过微博、微信被广泛传播,深入人心。言微力不微,微言有大义。短小精悍的微言文字虽少,但精辟入里,蕴含着无可匹敌的力量。微民们以看似不起眼的方式表达着对社会的认识、事物的看法,即使是茶余饭后的只言片语,也能积水成渊迸发出巨大的合力。

(三) 微行

当今,“爱心微行动”、“生活微行动”、“温暖微行动”、“校园微行动”、“康乃馨微行动”等一系列微公益活动的流行,体现出了微时代的第三个特征:微行。一个眼神,一个手势,一个笑脸,甚至一个好习惯都是微行。用微行动实现博大爱,亲力亲为去做一些微小的善事,以实际行动影响身边的人,传递大爱。2011年的微博打拐,促成了政府对流浪乞讨未成年人的高度关注;2012年的曲江新区政府所做的“微美丽”、“微直播”、“微感动”、“微电影”、“微关怀”、“微公益”等一系列“微”活动贴近百姓、贴近生活,使曲江成为了一个充满灵性、智慧与传统文化内涵的传奇之地。2015年怀宁县妇联组织的“点亮微心愿共筑中国梦”微行动专门帮助怀宁县留守儿童实现“微心愿”。

任何宏大的事业都是由微小的行动构成的,而这些看似微小的行动却能折射出整个事业的伟大。“微公益”大行其道,在于它独特的行为理念——勿以善小而不为。在当今社会,公益与慈善事业不是只有大企业、富豪才能做的事情,越来越多的普通百姓也逐渐参与进来,正在以他们的方式改变社会的风气。在微时代下,世界的改变,不是少数人做了很多,而是每个人都做了一点点。我们以小人物的微形态和微行动低调地呈现自我,发出声音,这样的呈现和声音最终凝结成不可小觑的力量。

四、微时代新事物

(一) 微政务

当前,微博、微信是两大微政务平台。政府职能部门通过微政务平台创新管理社会并起到了显著的积极作用,如:公开政府信息、引导新闻舆论、倾听民众声音、树立政府形象、使群众参与政治。

据《2014年上半年新浪政务微博报告》,截止2014年6月26日,新浪微博平台认证的政务微博达119169个,其中党政机构官方微博84377个,公职人员微博34792个。部委微博在政务微博矩阵中仍然发挥较强影响力,基层政务微博的影响力也迅速提升。在政务微博和公职人员微博站到72.7%。报告指出,政务微博的信息公开职能进一步强化,与网友的互动呈现爆发式增长。2014年上半年,政务微博发博总数2435万条,被转评3.17亿次,转评量接近过去3年的总和。

据《新媒体蓝皮书:中国新媒体发展报告 No. 5 (2014)》,截止2014年3月底,政务微信发展覆盖全国总量已达5043个,除台湾地区外,政务微信全面覆盖中国大陆31个省级(省、自治区、直辖市)行政区以及香港和澳门特别行政区。同时,随着微信国际化的普及发展,其中还包括中国政府驻外机构政务微信7个,以及挖过驻华机构开设的涉外类政治账号47个。政务微信在应急管理、舆论引导、社会组织动员等领域发挥了强大的社会功能,产生了积极有效的影响力。其中关键字回复功能让网络主政的“免回”成为可能,其代替行政机关服务窗口行使问询功能,大大节省了人力和财力,并且更加高效。被称为“可移动信息中心”的政务微信可谓是一款纯粹的政务终端,通过把线下服务搬到线上,且迁移至用户使用频率高、私密性高的移动终

端,实现了移动互联网对传统政务服务的颠覆。

(二) 微公益

虽然没有亿万的身家也没有强大的社会影响力,但是这并不妨碍大家从事公益事业,将人们的微不足道的爱心汇集起来,于是一个平民的草根公益应运而生,它就是“微公益”。2010年,新浪微博率先增设微公益栏目,其自主运作方式强化了公益信息传播的时效性、互动性与便捷性,使广大网友更有效地参与微公益活动。随后,腾讯、搜狐和网易也相继在其微博平台上开设了微公益栏目。“微公益”一词占领了微民们的道德观和价值观,它以一种微博的普通表达方式,推动了公益事业的发展,传递了一种“回报社会、实现自我价值”的公益理念。它能够迅速激发并汇集每个人心中的善心、爱心和责任心,成千上万人可以在极短的时间内共同关注一项公益活动。“微公益”已成为当下最为流行的公共话语。^[4]

截至2015年9月29日,笔者在新浪微博搜索栏中输入“公益”查找相关用户,共找到1501541条结果,其中包括机构认证用户13040个,个人认证用户8909个,普通用户655017个。微博公益官方微博“微公益”拥有粉丝2172243名。在腾讯微博上搜索“公益”,找到约300个用户,239849条广播。此外,“个人求助”是所有门户网站都开设的最基本、最重要的微公益项目。这一项目通常由个人或公益组织发起,并经过“爱心团”核实,求助信息以规范、鲜明的“特殊Feed(信息流)”方式呈现在微博中并进行传播,当网友看见求助信息后可根据自身条件选择“出钱”或“出力”,以最简单的方式参加公益。自2010年9月24日第一个项目启动以来,截止2014年6月30日,新浪微公益共计发起9666个项目,8588个项目已圆满结束。

(三) 微商

不知不觉间,微信朋友圈笼罩上了浓浓的商业氛围。从起初的某些商家打折促销和集赞送礼的信息被频频转发,到产品代理、代购的广告在微信朋友圈里疯狂刷屏。这些头脑灵活的人通过社交网络高互动性、高黏合性的特点,把陌生关系迅速变成熟人关系,并在熟人之间进行产品销售,这些人被称为“微商”。微商是企业或者个人基于微信生态的社会化媒体开店的新型电商,其销售模式主要分为两种:基于微信公众号的微商称为B2C微

商,基于朋友圈开店的称为C2C微商。微商基于微信“连接一切”的能力,实现商品社交分享、熟人推荐与朋友圈展示。

自2014年以来,京东、超市发等线上、线下巨头开始在微信生态圈中攻城略地,由京东和腾讯背书的拍拍微店2014年10月正式上线;2015年1月和2月,大型传统超市永辉超市和超市发相继上线微店,用户可以通过微店订购、微信支付,由超市提供配送;2015年2月15日,苏宁云商推出苏宁微店业务,建立了苏宁易购的微店分销渠道。卖家可以通过苏宁微店平台进行广告推广,可将广告进行上架、下架、分享,并最多能展现四个广告标签。通过分享功能,卖家能把店铺及微店上的商品分享到微信朋友圈。^[5]

据易观国际统计,2014年底,微商从业者已达数千万人,市场规模达到1500亿元。根据《2014年微博用户发展报告》,截止到2014年11月,B2C电商网站粉丝已超过3000万,微博用户中关注电商行业、关注过电商相关推广信息的用户群已经颇为庞大。易观智库发布的《2014年微信购物发展白皮书》显示,2014年中国移动购物用户规模突破3亿人,移动购物的交易规模接近10万亿元。

(四) 微旅游

“微旅游”是一种出游时间短,旅游形式多样、在游客互动及反馈机制上更具有网络交互性的一种全新旅游方式。一方面,微旅游作为一种新型的旅游形式,在出游时间、方式、目的地、活动内容等方面更加灵活自由。^[6]与短途旅游、背包旅游有着本质的区别,具有时间短,距离近,小众市场,体验性强,无景式,消费少,随意性大等特色;^[7]另一方面,游客通过微博、微信交流旅游体验、获取旅游经验;而旅游机构通过微博、微信提升影响力,获取“旅游社交资产”。比如,柳州旅游局通过官微升级上线天气、攻略、活动、景点、话题、服务热线等全面功能,提供个性化的服务;山西皇城相府景区结合景区历史,推出“挑战汉字英雄”、门票抽奖等活动。

微博与新浪旅游联合发布的《2014年微博用户发展报告》,以2371个微博认证的省(直辖市)级旅游局、海外旅游局、市(县)级旅游局、景区管理单位和旅游机构人物账号为研究对象,通过对这些账号在2014年的微博活跃度、传播力和覆盖度的研究,全面考量旅游行业账号的信息质量、信息传播速

度、信息传播广度;通过对微博上旅游相关人群、发布的博文、搜索量和签到信息的分析,展现微博上旅游人群的特征和旅游景点的热度。报告指出,旅游机构2011-2014的微博整体影响年均影响力逐年上升,各旅游类机构对于微博的运营重视程度呈逐年增长趋势,在微博中发布和关注旅游类内容的用户也在持续增长。市县级旅游局和景区账号是微博旅游的中坚力量,数量上分别占46%和33%,两者之和占总量的79%;五大类旅游机构中省级旅游局和海外旅游局在影响力上占有明显优势。

(五) 微学习

微时代下,呈爆炸式增长的知识碎片遍布于人们生活中的各个角落,人们的“碎片时间”也越来越多。手机、平板电脑等移动终端的普及使任何人,任何时间,在任何地点,使用任何设备,学习任何知识。这种通过移动终端设备,利用“碎片时间”,不受时空限制,不受内容约束,满足自主学习需求的移动学习方式称为“微学习”。^[8]

作为一种新型的学习形态,“微学习”突出学习的灵活性和互动性,强调学习内容的微型化和碎片化。微学习的学习资源处处可见,几乎所有数据都可以成为学习资源,比如一张图片、一段文字、一段微视频等等。这种基于移动互联技术,通过碎片化学习、辅导、研讨等方式,建立起的人与人之间、人与知识之间持续的互动关系,以实现知识习得、技能转化、智能转化、业务问题解决等多层学习目标的学习方式,强调泛在学习理念,通过独特的微型化学习设计及便捷多样的学习形式,使学习真正渗透到学习者工作、生活的各个环节,实现了学习与学习者之间的无缝对接。^[9]

五、总结与展望

本文从微时代背景出发,梳理总结了微时代概念,分析了微时代特征,列举了“微政务”、“微公益”、“微商”、“微旅游”、“微学习”等微时代事物。

“微”不仅是一种价值取向和文化理想,更标志着我们这个时代政治、经济、文化和生活形态的转型。作为一名高等教育工作者,在初步认知微时代的基础上,笔者将后续致力于微时代对教育的影响,以及微技术手段在教育中的应用,对教育事业献上绵薄之力。

(下转68页)

tory, Cost and Compensation Model[J]. Estimation of Retention Parameters for the Prototype Officer Personnel Inventory Cost & Compensation Model, 1995.

(1):22-24.

(责任编辑 周雪梅 黄海丽)

[10]刘喜文.做好人才盘点,建立人才驱动型组织——访凯锐优才副总经理赵实[J].人力资源管理,2013

Talented Persons Echelon Construction Based on Talents Inventory

SUN Kang

Abstract:As the talent is the core competitiveness in the development of enterprise, analyzes the concept and function of talented persons echelon construction, methods to evaluated the talent and introduce the relationship about talents inventory and talented persons echelon construction, then concluded the way that talented persons echelon construction basis on talents inventory. Based on the above theory, take CRRC Sifang Co., Ltd. as the example, to verify the talent persons echelon construction basis on talent inventory continuously put the talent on the appropriate post, established the foundation for further development of enterprise.

Keywords: Talented Persons Echelon Construction; Capability; Talents Inventory

(上接 32 页)

参考文献:

- [1]袁珉.“微时代”与微变的教育[J].江苏教育研究,2014(11B):21-23.
- [2]张梦,齐加力,王奕琳,安琪,师印子.探索“微时代”——“微时代”对社会生活的影响[J].文化教育产业,2012(12):265-266.
- [3]林群.理性面对传播的“微时代”[J].青年记者,2010(1):7-8.
- [4]张银锋,侯佳伟.中国微公益发展现状及其趋势分析[J].中国青年研究,2014(10):41-47.

- [5]张琳.2015:微商元年[J].光彩,2015(3):28-31.
- [6]刘严严,陶涛,蔡蓉蓉.浅谈微旅游[J].江苏科技信息,2015(17):68-69.
- [7]赵红莉.微旅游研究综述[J].四川理工学院学报(社会科学版),2014(5):73-81.
- [8]李娜,也涌.基于微信公众平台的微学习资源设计与应用研究[J].中国教育信息化,2014(17):52-55.
- [9]郑绍红.微学习——内涵——理念及生态结构[J].现代教育技术 2015(1):12-17.

(责任编辑 周雪梅 黄海丽)

Primary Study on Micro-Era: Concepts, Features and New Things

YANG Dan

Abstract:Today's human society has entered the ear of Micro. Starting with the background of the Micro-Era, this paper respectively summarized and analyzed the concept and characteristics of Micro-Era, and particularized such a series of Micro-Era new things as “Micro-Government”, “Micro-Public Welfare”, “Micro-Business”, “Micro-Learning”, “Micro-Tourism”, aiming to obtain preliminary cognition on Micro-Era.

Keywords: Micro-Era; Concepts; Features; New Things