

年鉴转型升级的思考与实践

——以税务年鉴品牌发展为例

陈金艳*

摘要 随着新媒体传播方式快速发展,传统媒体也要不断加快媒体融合转型升级的步伐。作为传统媒体的年鉴,面临产品僵化、形式单一、时效性差以及发行量、利润率下滑等问题和挑战,急需转型升级。但转型升级并非只是在已有的传统媒体基础上进行,与新媒体进行叠加或增补,也不是业务上的简单合并,而是多种新旧媒介资源和生产要素的有机整合,实现内容、技术、平台的共享融通,形成一体化组织结构和传播体系,即“内容生产+产品形态+渠道占有”的“一体”。笔者结合《中国税务年鉴》实践经验和成效,探讨作为传统媒体的年鉴如何顺应新媒体发展形势,通过提升年鉴内容价值、规范编纂形式、强化媒体发布功能及注重数字化发展等策略,实现专业化与开放性相融合、传统媒体与新媒体融合的转型升级发展之路。

关键词 年鉴 专业化 转型升级 媒体融合

在传统媒体走向“全媒体战略”的大环境下,年鉴作为传统媒体面临诸多挑战和困境,主要表现在:年鉴编纂单位多隶属政府机构或事业单位,从业人员更新意识和市场敏感度不足,导致固步自封,反应迟缓,不能及时调整顺应时代发展;由于编纂思维固化,年鉴在产品形态上表现为内容僵化、格式化,质量也有所下降;新媒体内容形式运用不够,出版时效跟不上更新更快的其他媒介,造成传统读者的分流,在失去行政力量支持的情况下,发行量下滑,利润率降低。^① 年鉴现阶段已面临新媒体挑战,转型升级迫在眉睫。

融合发展已成为年鉴变革和转型的首选之路。年鉴只有适应科技的进步和时代的发展,从内容质量、编纂形态、发布方式以及新媒体运作模式等各方面创新求变,才能走出传统编鉴的束缚,再造年鉴优势,重塑年鉴价值。

一、坚持以内容为核心竞争力

在社会化媒体参与的传播活动中,无论借助什么样的媒体平台发布信息,决定传播效

* 陈金艳,女,吉林省吉林市人,中国税务出版社税法年鉴中心主任、副编审,主要研究方向为年鉴学。

① 王健:《科技图书编辑出版转型升级的思考》,《传播力研究》2018年第13期。

果的最终还是内容。对于传统媒体的年鉴来说,内容生产在全媒体战略中的核心地位不能被忽视。^①因此,在传统媒体的转型过程中,内容品质的提升比以往更加重要,而且要借助新媒体、新技术更好地发展内容生产力。年鉴要适应新兴媒体传播特点,加强内容建设,创新采编流程,优化信息服务,以内容优势赢得发展优势,尤其在内容质量、用户需求、技术要求方面。

(一) 框架设计和表现形式突破传统例式

设计框架时要有长远计划性和前瞻性。稳定性并不是绝对的,可以针对常编常新的需求,根据现实变化做相应调整改进。框架是最富创作性的环节,只有在框架设计中融入创新性思维,才能体现个体特色、个性风格,才能对读者更富有吸引力,年鉴才能具有生命力。如《中国税务年鉴》大纲的基本框架由多位年鉴专家审定,每年按照“编辑部草拟—征求意见—起草—征求意见—初稿—编委会审议—终稿—办公厅审定”8个环节进行,经征求系统内外专家、相关人士和编委意见后,最后报年鉴编委会审定。年鉴的专文设置、条目选取、内容编排每年进行微调,以准确反映年度税收特点。

(二) 推出更优质精炼的内容

新媒体技术的快速发展,传播效率大大提高,读者对高质量内容的需求增加。^②年鉴内容要积累独家拥有、相对稳定、连续可比、富有特色的权威真实的资料信息,对本领域、行业的重点、热点问题做最专业的深度反映,去粗取精,挤出水分,存留更优质精炼的内容。即占有最好的内容,创建内容品牌,同时保护自身版权。《中国税务年鉴》忠实记录税收大事要事,突出专业性和准确性。如选择有年度特点和史料价值、具有突出意义或作用的大事,反映税务年度特色和行业特色,使年鉴信息具有实用价值和史料价值。例如,反映大力实施“营改增”、消费税、资源税、个人所得税等各项税制改革;反映落实《深化国税、地税征管体制改革方案》等年度重点税收工作情况,彰显税收在国家治理中的基础性、支柱性、保障性作用。

(三) 满足用户更全面的需求

内容选材应该更贴近实际、贴近生活、贴近用户,而不能脱离实际、脱离生活、脱离用户。年鉴取材要按照读者的关注程度,突出重点,兼顾一般,通过独特的内容配置方式铸造鲜明的个性和风格。现代阅读的趋势是碎片化,大篇幅的文字罗列难以吸引读者,也不适应多媒体形态,要考虑对内容进行适当的拆分、优化,设计的条目更醒目、更突出亮点。《中国税务年鉴》在全面收录税收工作资料基础上,突出实用性、工具性,注重对读者需求的响应,在人员机构变化情况、年度法规文件、年度税收统计资料等方面强化年鉴的工具性;精炼内文条目的标题,全书大多为4字至8字的短语式标题,便于检索查找和跨年度对比;响应国家图书馆年鉴库读者对实用性的需求,附录中增加税收税率表,便于读者查阅。

^① 蔡雯:《全媒体战略中的内容生产创新——对新形势下传统媒体转型的思考》,《新闻战线》2013年第1期。

^② 陈金艳:《浅析媒体融合时代年鉴的内容再造》,王守亚主编:《年鉴论坛(第7辑)》,中国农业出版社,2016年,第86页。

（四）符合多媒体融合技术要求

年鉴以内容为主,但不排斥对渠道的利用,相反内容对渠道的依赖、技术的支持越来越强烈。年鉴要使占有的资料能最大程度满足读者多方面的阅读检索需要,维持较高的媒体检索量,甚至下载量、引用率。《中国税务年鉴》在做好纸质出版物的同时,加快数字化进程,在内容、平台、技术等方面积极推进融合发展,建立税务年鉴专题库(包括《中国税务年鉴》和所有在税务出版社编纂出版的税务年鉴),提供在线查阅服务,还致力于不断扩大年鉴数据资料收录范围,加速年鉴数字化进程,打牢媒体融合发展基础,为税务领域的大数据服务做基础工作。目前,税务年鉴专题库升级换代工作正在实施进行;依托“大数据+互联网”模式,深度挖掘用户需求,为读者提供更精细的具有针对性和个性化的服务;进一步加强数据分析,使海量的税务年鉴数据“活”起来,进一步打造税务年鉴专业平台。年鉴库升级中,特别增加协同编纂系统,即编辑与作者协同工作的线上平台。该平台不仅支持《中国税务年鉴》稿件的在线报送、审改和编辑工作,还为其他税务年鉴开通子平台,各年鉴编纂单位可以在子平台上完成本单位年鉴的组稿编辑工作。

二、注重年鉴编纂质量

多媒体融合发展对年鉴的内容质量和时效性都提出更高的要求。年鉴要符合新媒体需求,实现数字化、网络化发展,不仅要收集好的内容,而且需要通过严格规范的编辑加工来整合内容资源,形成标准化高质量内容。而年鉴的编辑加工既是一项综合性的系统工程,也是一项专业性很强的工作,要建立起标准化的工作流程、规范化的编纂加工,形成高效的编纂机制来加以保障。

（一）制定标准化工作流程

通过标准化编纂流程量化各环节质量标准、各环节顺畅进展,确保内容质量。标准化的流程也可以简化撰稿难度,使供稿效率大为提高,缩短编辑过程,提高编纂质效,符合新媒体时效性要求。《中国税务年鉴》在实际运作中实施精细化管理,如制定各环节质量关键点和时间要求,夯实和提升编纂出版各环节的质效,组稿、审稿、编校、排版、印制各个流程分工明确,密切配合,过程中按照各环节目标任务,严把程序关,使年鉴编纂工作进入到专业化的出版轨道。根据工作环节,在细化要求、确保质量的前提下,明确各环节的工作要点、质量要求、责任人、时间点等,在大纲的修订、组稿、审稿、编辑加工、排版校对、印制装订等环节精耕细作、严格把关,做到各部门协调配合,各环节有序进行,确保每年出版的年鉴编校和印装质量均高于国家出版质量标准。每年召开一次年鉴编纂工作研讨会,邀请年鉴专家和编纂税务年鉴的单位代表参加会议,共同学习研讨年鉴编纂规范,交流编纂经验,探索税务年鉴发展,取得较好效果。

（二）实施规范化编纂加工

编纂规范化有利于文字进行量化处理,可以降低新媒体数据转换难度。规范化编纂

也使编纂标准更明确、更具体,便于编辑人员及时掌握,更好、更快地对文字进行编辑加工处理,提升内容质量。可以保持年鉴信息的完整性,丰富年鉴的信息含量,拓展、提升年鉴的使用(实用)价值。^①年鉴编纂规范化需要制定详细的编纂技术与规范,实现年鉴框架设计规范、选题选材规范、条目编写规范、成书加工规范。

《中国税务年鉴》每年在下发组稿通知时,附撰稿要求,明确选材标准、撰稿规范和注意事项,供作者参照编写年鉴稿件。例如,为提升大事记编写质量,单独为作者制定大事记撰稿规范,使该类目内容质量得到有效提升。同时制定规范的编辑工作标准。组织编写《年鉴编纂工作手册》,形成年鉴规范化编辑标准,并逐年修订。包括框架设计和条目撰写规范、文字表述规范、名称规范、时间表述规范、标点符号规范及图表规范、参考文献规范,乃至索引编制规范,涵盖年鉴编辑加工过程中涉及的所有规范,对保证规范税务年鉴甚至各类年鉴编纂质量起到很好的作用。

(三)完善编纂工作机制

年鉴编纂工作是涉及多环节协调运作的系统工程,需要各部门协调配合、各环节有序进行才能保障项目的高水平运转。一套专业化标准化的工作机制是保障年鉴编纂质效的需要,也是做好年鉴数字化转型的质量保证。年鉴标准化、规范化工作机制的建立,需要从年鉴的年度编纂规划、年鉴编纂大纲的拟定到编辑加工、总纂统稿,乃至出版发行方式等全流程进行规范。

经过多年的探索和磨合,《中国税务年鉴》工作形成比较稳定和规范的工作程序和机制。每年制定年鉴编辑规划,制定编辑计划和编辑出版流程,确保编纂出版工作的质量和时效。从年鉴编辑大纲的制发,到稿件的组织、协调及出版时间、发行方式等都有章可循,有条不紊,进入到专业化的出版轨道。为开展好年鉴工作,每年至少召开《中国税务年鉴》编委会、全国税务报刊图书宣传工作会议、《中国税务年鉴》工作会议、税务年鉴培训会、税务年鉴工作交流会等专业化、高规格的会议来总结、部署和交流工作,确保年鉴各项工作高质量实施。

三、强化媒体发布功能

年鉴的形式要由一本书走向一种媒介类型,强调年度特点、资讯价值和发布功能类型,把年鉴发布变成新闻发布,形成系列化“年鉴群”媒介类型。年鉴弱化史书概念,强化媒体发布功能,不但突出其时效性,也易于实现与各媒体的现实性嫁接。

(一)确保舆论导向正确

年鉴要始终坚持正确的政治方向和出版方向,坚持把社会效益放在首位。在年鉴的组织规划、编辑出版、经营发行等诸多环节,贯彻落实好社会效益与经济效益相统一原则。尤其在编辑出版这一重要环节,以强烈的使命感、责任感和高度的政治敏锐性,严格把好书稿的“政治关”和“业务关”,同时确保资料翔实、数据准确、文字精练,为经济社会发展

^① 陈国华:《实施年鉴综合条目标准化格式初探》,《年鉴信息与研究》2006年第8期。

积累宝贵的文化财富。

《中国税务年鉴》始终定位为重要的税收宣传载体,把坚持正确的政治方向放在首位,宣传好党中央、国务院关于税收工作的大政方针,宣传税收在国家治理中的基础性、支柱性、保障性作用,宣传税收改革发展的生动实践,讲好税收故事,传递税收正能量。

(二) 利用年鉴平台开展各类活动

充分利用年鉴作为行业平台、区域平台的作用,调集领域内资源组织相关公益性、有影响力的活动。《中国税务年鉴》编辑部与国家税务总局税收科学研究所合作,评选年度优秀税收论文,即每年在由税收科研单位、税收经济类核心期刊、知名专家推荐备选文章的基础上,组织业内权威专家进行盲评,根据评分结果排名,选取前15篇文章收录在当年文选篇中的税收科研理论专题中。税收论文评选活动扩大了年鉴在税收科研领域的影响力,收到了良好效果。

(三) 通过各种渠道扩大宣传效果

年鉴自身拥有对权威资料、优质内容占有的独特优势。年鉴推广得越多,运用得越好,年鉴的现实意义就越重大,对社会的贡献也越大。《中国税务年鉴》编辑部积极做好年鉴的配备和赠阅工作的同时,有效利用领域内外、政府内外以及多媒体载体,将内容价值发挥到最大限度,使社会效益和经济效益得到很好的统一。

近年来,《中国税务年鉴》持续加大在税务系统内外的发行力度。税务系统内,将《中国税务年鉴》延伸配备到县一级税务机关,鼓励和倡导广大税务干部学年鉴、用年鉴,用历史的智慧提高税收治理水平。税务系统外,将《中国税务年鉴》作为税收宣传品加大赠送力度,主动向地方党委、政府、人大、政协相关领导及人大代表、政协委员赠阅,向重点税源企业、社会团体、公益组织和新闻单位赠阅,使其成为社会各界了解税收、认识税收、研究税收的权威资料。这些举措有效扩大了《中国税务年鉴》的覆盖面,极大提升了《中国税务年鉴》的社会影响力。2018年,《中国税务年鉴》成功入选第三届全国“百强报刊”。“百强报刊”代表我国报刊业发展的最高水平,这是《中国税务年鉴》首次荣膺国家级荣誉,且是年鉴类期刊中唯一入选者。

四、加快媒体融合步伐

随着互联网技术的迅猛发展和全面普及,我国传媒业也随之进入了媒体融合时代。作为传统媒体的年鉴业,媒体融合更多地表现在拓展新兴数字媒体的生产上,实现“数字化”“网络化”发展,构建全新的出版媒体平台。

(一) 全媒体战略是年鉴的必然选择

媒体作为一个战略性术语多次出现在国家重要的工作部署和规划文件中。习近平总书记非常重视媒体融合工作,在2019年1月25日十九届中央政治局第十二次集体学习时的讲话中指出,要全面把握媒体融合发展的趋势和规律。要坚持一体化发展方向,加快从

相加阶段迈向相融阶段,打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。要形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系。^①作为传统媒体的年鉴必然要顺应媒体融合大势,做好全媒体战略转型工作。《中国税务年鉴》从2014年起就开始进行年鉴的数字化转化工作,在税务数字图书馆中建立年鉴数据专题库,包括已出版的26卷《中国税务年鉴》以及税务年鉴体系中的十几种近百卷省级税务年鉴。从2017年开始,经过调研、分析和反复论证形成年鉴库升级方案,实现内容权威、功能完备、技术先进、用户体验良好的目标,经过两年多的时间拟实施上线。

(二) 内容及编纂流程符合多媒体一体化要求

在制定专业化的运作、标准化的工作机制的同时,要充分考虑到多媒体平台,如网络、微信、移动媒体的内容要求,实现无障碍转换,提升多媒体转化质效。^②媒体融合需要复杂的多环节平台嫁接和众多人员共同参与的一体化同时运作。在制定规范时要提前考虑其他媒体形式内容技术规则,以便各环节共同遵守,无缝隙衔接,实现各平台顺畅转换,信息共享。为实现税务年鉴的标准化、规范化编纂,2015年筹划并开始组织编写《税务年鉴编纂工作手册》。手册根据出版编辑业务、编辑技术与有关规范、标准方面的规定,参考年鉴专家的有关理论著述和年鉴实务操作撰写,内容包括年鉴基本知识、编纂工作流程、编纂技术与规范,通过实例分析总结年鉴编纂常见问题,并附年鉴编纂相关规定。经过征求业内专家意见、系统专题研讨、单位试用和多次修订后在税务系统内广泛应用,收到良好效果。后经汲取多位专家审读建议,补充修订相关内容后,编纂出版《年鉴编纂工作手册》,这一工具书的出版,丰富了年鉴理论探讨,启发并指导年鉴实践的深入开展。

(三) 建立数字工作平台及资源共享平台

为提高年鉴编纂质效,在数字化工作平台上建立年鉴协同编纂系统和工作管理系统,文稿传输和管理等工作可以网上操作,使年鉴的稿件组织、编辑加工实现数字化平台管理。编纂好的年鉴可自动进行数字化转换,形成年鉴数据资源库。目前,在税务年鉴库的升级版中已经纳入协同编纂系统,待正式上线后,不但《中国税务年鉴》可以实现网上组稿编辑工作,还同时搭建各省级税务年鉴编纂子平台,实现多种年鉴网上协同编纂。未来,建议年鉴管理部门能够进行顶层设计,推出年鉴数据资源库的技术标准。各年鉴数据资源库均采用统一的技术标准进行设计,全国各分平台年鉴数据库可以进行整合共享。

专业化与多媒体相融合的年鉴生产,是通过专业化促进年鉴的开放性,形成专业内容与用户活动相融合的机制与互补效应,提高年鉴编纂和传播的质量。可以说,这是税务年鉴转型和改革的方向,也为年鉴的未来发展提供借鉴。

责任编辑:范锐超

^① 习近平:《加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局》,《求是》2019年第6期。

^② 陈金艳:《数字时代图书编纂标准化探索》,《传播力研究》2018年第14期。