

媒介传播视域下的 年鉴开发与利用

刘悦欣*

摘要 全媒体时代,各类信息聚合平台依托互联网强势崛起,人们获取信息的习惯也发生改变。在这样的浪潮中,年鉴作为整合发布信息的重要资源平台,应在当下信息传播多元化、可视化、个性化的趋势中寻求传播利用和开发的新对策。随着年鉴事业转型升级,鉴于当前年鉴普遍存在发行量小、受众与传播方式有限、质量参差不齐、开发利用效果不佳等方面的问题,结合当下全媒体时代的特征,应从年鉴编纂、成品利用、年鉴事业三层视角下开发利用的思路出发,探寻媒介传播规律,借鉴互联网思维,挖掘年鉴的文化潜力,对年鉴进行深度“开发”,促进年鉴事业转型升级,提高社会影响力,达到价值与服务的最大化。

关键词 年鉴 媒介传播 利用 开发

“我国编纂出版的年鉴,不仅数量众多,种类也丰富多样……所有这些年鉴聚集起来,无疑形成了庞大的文化成果群,也使我国成为第一年鉴大国。”^①年鉴作为体量庞大的文化资源,以独特的文化属性沟通历史,以海量数据服务现代社会,却存在着社会知晓度、传播利用率不高的现实问题。当前年鉴传播形式仍以传统的纸媒为主,兼有光盘、U 盘和部分以二维码为载体的方式传播。同时,年鉴的发行方式也较为单一,大部分靠赠阅。尽管有些地方拓展了不同版本的年鉴,例如,年鉴简本、少数民族版本、英文版年鉴等,但终因发行数量有限、传播力不够等原因,使年鉴的推广囿于小范围,停留在单层面上。从年鉴事业转型升级的发展需要来看,在保证质量的同时,如何深挖年鉴的文化价值,转变思路,提升年鉴的传播力、影响力是年鉴事业亟待解决的问题。

* 刘悦欣,女,吉林省长春市人,中国传媒大学新闻学院硕士研究生,主要研究方向为新闻传播学、新闻业务。

① 李培林:《统一思想,凝心聚力,深入贯彻落实〈规划纲要〉,努力实现年鉴事业发展新跨越——在第一次全国年鉴工作会议上的讲话》,《中国地方志》2016年第9期。

一、年鉴传播利用现状

(一) 发行量低,受众有限

2015年8月,国务院办公厅印发《全国地方志事业发展规划纲要(2015—2020年)》,提出“到2020年,做到地方综合年鉴由地方志工作机构组织编纂,一年一鉴,公开出版,实现省、市、县三级综合年鉴全覆盖”的主要任务。^①按照规划,2020年全国县级以上地方综合年鉴将实现全覆盖,虽然有了覆盖面的支撑,为整体年鉴资料的系统性、全面性提供了保障,但年鉴发行量普遍偏低且地区间差异较大的问题仍然存在。以吉林省为例,省级年鉴印数为2200册,市级年鉴一般为500—1000册,县级年鉴均在500册以下,有些县级年鉴受经费影响印数仅为100册。

低发行量与宣传力度不够使年鉴在社会生活中影响力不足,受众群体有限。《长沙年鉴》编辑部曾在全市对年鉴的认知度和阅读率进行调查,结果显示,在接受调查的市民中,完全不知道、不阅读年鉴的人数约占30%,知道但不阅读年鉴的人数约占30%,^②超过大半的群众对年鉴知之甚少。低发行量、有限的受众,这样的现状表明年鉴的阅读普及程度、年鉴事业的社会认知度亟待提高。

(二) 质量参差不齐,开发利用价值打折扣

目前,部分年鉴存在为了赶进度而忽视质量的问题。主要表现在行文不规范、资料不准确等方面。“据2014年《上海年鉴》读者调查,对《上海年鉴》资料准确度评价:较准确76.1%,一般21.58%,不准确2.32%。在网络平台和图书馆渠道获得的样本中,评价为一般和不准确的也占到相当比例:网络平台选择一般的有25.93%,不准确的也有9.26%,图书馆渠道选择一般的达36.67%。”^③类似这样的问题同样出现在行业年鉴、高校年鉴等其他年鉴中。而缺乏统一规划也常导致年鉴编纂中出现各种类型的不规范,如数据统计标准不统一、数据来源不统一、体例不统一、条目不固定等问题,影响年鉴的权威性和传播利用价值。而从业人数较少、人员流动较大的县区级地方综合年鉴情况更为复杂,编纂难度较大,质量保证方面不容乐观。框架同质化、拼凑条目、内容冗余等现象较为常见。年鉴作为系统辑录上一年度重要文献信息,逐年编纂连续出版的资料性工具书,^④其资料的准确性受到质疑,势必会影响到年鉴作为官书的可信度,进而会使传播利用受阻。

(三) 传播方式有限,开发利用效果不佳

当前,我国年鉴传播利用方式有限且效果不佳。一是社会传播仅限于赠阅。由于年鉴编纂属公益事业,大多是通过向机关、图书馆、学校等单位赠阅的方式传播。对于普通

① 国务院办公厅:《全国地方志事业发展规划纲要(2015—2020年)》,2015年8月25日。

② 江雷、陈钰:《年鉴资源深度开发模式探讨》,《中国年鉴研究》2020年第1期。

③ 上海市地方志办公室年鉴研究课题组:《上海市年鉴事业发展调查报告》,《上海地方志》2018年第2期。

④ 肖东发等:《年鉴学》,方志出版社,2014年,第63页。

百姓来说,年鉴难得一见,年鉴的社会服务功能实际上很难实现。二是纸质版年鉴卷帙厚重,不易被大众接受。一部年鉴动辄百万字,需求者想要的信息零散分布,翻看起来会感到眼花缭乱,往往转而查阅其他易得资料。三是传统纸媒年鉴的接受需求率降低。从2017年上海市地方志办公室通过微信问卷进行的地方志社会需求调查情况看,对比电子版年鉴、相关网站等其他获取渠道,纸媒年鉴以及传统纸媒志书需求率最低,仅为12%。^①“经过近40年的蓬勃发展,年鉴事业的内涵和外延在逐步拓展和延伸,不仅包括覆盖许多地区和部门的年鉴编纂,还有理论研究和学科建设,数字化、网络化建设,地情书籍编写,信息资料咨询,对外文化交流和传播等工作。”^②

近年来,随着年鉴事业转型升级发展,部分单位在年鉴传播利用方面有了一些新的尝试,但效果尚不明显,多数年鉴的数字化转型仅停留在增加电子版、光盘、U盘年鉴的层面上,真正开通利用网络年鉴的地方还不多见。而能够充分把握传播趋势,利用新媒体渠道传播年鉴及开发相关产品更是凤毛麟角,年鉴广泛服务大众的作用尚未显现,在与受众互动、打破年鉴事业陌生感、神秘感上尚无突破。

二、转变年鉴编纂思路

年鉴编纂工作作为年鉴生产、传播的起点,应重视转变思维,在互联网思维和受众思维的双重模式引导下开展编纂工作。从年鉴事业转型升级出发,开拓媒介传播思路,有“市场需求”的高度敏感性。这种敏感性不仅体现在对不同形式的年鉴发行量或阅读量这些结果性数据的敏感,更重要的是对当下社会需求的深层理解。

(一) 充分发挥年鉴信息真实系统全面的优势

互联网时代信息纷繁复杂,注意力早已成为各类传播媒介间争夺的稀缺资源。博取眼球已成为和网络平台争夺受众的不二法门,网络媒体娴熟地迎合大众心理以吸引点阅、引导舆论,以求商业价值的最大化,而对数据准确性、新闻客观性的追求已成明日黄花。在这样的信息爆炸中,“后真相”时代已然来临——即相比真实客观的信息,人们更倾向于情感先行,于是反转新闻频现。而年鉴以一年为编纂周期,这样的属性可以很好地待新闻尘埃落定,再进行细致梳理,在保证各种信息的准确与完备中有先天优势。年鉴应当充分发挥其准确性、系统性的特点,利用好权威化的信息渠道,过滤掉虚假信息,确保资料真实全面可靠。

作为资料性工具书的年鉴是多源信息的交汇地。以地区年鉴为例,它是一个地区各行各业一年来的百科全书,其系统化价值在信息化社会非常重要,具有很强的普及、教育价值。而当下移动互联时代,信息传播以个性化为卖点,以算法为媒进行用户与信息的匹

^① 上海市地方志办公室课题组:《地方志社会需求“微信调查”研究》,《上海地方志》2018年第1期。

^② 李培林:《统一思想,凝心聚力,深入贯彻落实〈规划纲要〉,努力实现年鉴事业发展新跨越——在第一次全国年鉴工作会议上的讲话》,《中国地方志》2016年第9期。

配。过载的同质化信息会带来信息茧房现象——大量堆积的个性化信息会使受众消化不良,并常年幽闭在自己熟悉的领域,即人们只选择接收自己感兴趣的信息。科学编纂的年鉴如若普及走进百姓生活,发挥“长尾效应”的同时,可丰富群众视野,打破信息茧房的桎梏。因此,着眼于年鉴产品的进一步开发利用,发挥信息传播的全面性、系统性是年鉴事业发展的独特优势。

(二) 跟紧媒介思维,利用好网络年鉴

不论是纸质版、电子版,抑或多种形式的年鉴,在编纂时都需要注意结合当下受众的阅读心理,借鉴媒介传播中的受众思维,使年鉴契合当下受众的接受模式,使其变得更利于传播利用。

首先,年鉴编纂应有集合意识、注重信息的集纳形成立体信息群落。年鉴编纂单位虽不及新闻媒体获知信息迅速,却有着系统全面集合信息的有利条件。尽管年鉴在体例上有以类目分类、以分目细化、以条目表达的独特方式,但依然存在信息庞杂、纵横交错的问题。因此,年鉴在发行纸质版的同时应及时在网络上进行专题化信息整合,既有利于碎片化的信息及时归类,也有利于后期查找时对整个事件的深层次、多角度的研究。比如,逐年记述当地融入“一带一路”建设情况,对某项目的背景、发展、影响、成果等情况进行整合与对比,关联其他相关项目,提供纵向时间表,就可以在网络上对当地融入“一带一路”的成果有一个完整直观地展现。及时整合信息,打造立体化年鉴的信息网,能够节省编辑的时间精力,在提供某条信息的同时,又呈现给受众完整有效的信息群。

其次,年鉴编纂中应注意融合涵盖不同形式的信息以契合受众的阅读习惯。数据可以最直观地呈现动态趋势,而年鉴中存在大量具有重要价值的信息,故而应在编纂中考虑数据的综合分析利用。读图时代的到来,长篇大论的文字+数据往往不如图片、表格、趋势图等模块式的排版组合更加直观方便。尤其在网络年鉴中,更应注意多重数据的可视化呈现,充分利用数据图表体现年鉴整合信息的功能。比如,通过每年系统整理当地生态环境数据形成生态数据链,进而搭建起生态数据平台,为当地生态发展描绘轨迹,就可以为生态文明建设提供数据支持。

(三) 把握好年鉴的社会性,体现归属感和仪式感

年鉴作为年报式的资料性文献,编纂时应注意探索、把握资料内含的文化韵味和归属感,编纂年鉴文本的过程也是编者对一地年度发展轨迹回望的过程,通过深入、全面地记述,忠实再现昨天,体现时代精神,使年鉴富有生命力。编纂年鉴的过程也是对现实的记录与解读的过程,是现实的表征。

在当下社会发展中,人口流动依旧占比很高,人们心中的地域归属感强烈,年鉴应服务于百姓生活,充分发挥传播的社会属性。地方综合年鉴编纂时应当注意社会生活、文化事件的编写,并注重传播效果,充分体现地方特色,增强归属感、仪式感。比如,记述自2019年12月出现的第一例新型冠状病毒感染患者至疫情稳定,通过年鉴对本次疫情产生、爆发的过程进行完整记述,记录各级政府、人民群众众志成城抗击病毒的各种举措。而回看首发于2002年的“非典型肺炎”爆发时期的年鉴资料也可作为对比参考。这个例

子说明,年鉴编纂不仅对当下社会生活有现实意义,也为未来人们追溯某段特殊时期的历史时所感所用。除了内容层面,年鉴的封面、页眉等处也应适当增加文化、社会、地域的记忆符号,使年鉴不仅是冰冷的数据库,也可成为带有美感、仪式感、充满人文关怀的工具书。

三、进一步开发利用成品年鉴

5G 时代来临,开启新一轮的技术变革,势必推动互联网传播格局进一步变化。信息传播将以更高效更便捷为发展方向。截止到2019年6月我国网民规模达8.54亿,互联网普及率达61.2%,^①互联网传播成为主要渠道。同时,线上发散式网络传播也需结合线下的人际传播以构成大众传播。基于现状,一是借助互联网对已有的成品年鉴资源进一步开发利用,提升传播力与影响度,二是成品年鉴还可走向受众,朝服务性更强的个性化定制化方向发展。

(一) 实现全面数字化,丰富年鉴电子产品

2016年12月,中国地方志指导小组印发的《全国年鉴事业发展规划(2016—2020年)》要求,“积极探索‘互联网+’背景下的年鉴编纂”,“加快年鉴信息化建设。将年鉴信息化建设纳入全国信息方志与数字方志建设工程,充分利用已有信息基础设施和数据资源,加快年鉴信息化建设步伐。支持民族地区年鉴信息化建设。逐步建立年鉴数据库。实现国家、省、市、县年鉴资源共享,面向社会提供优质服务”^②。随着信息技术和网络的快速发展,年鉴的传播方式应当发生根本性转变,纸质版年鉴作为重心可适当放低,大力发展网络、数据库等多种易得形式的年鉴。

现阶段一般由专门机构与各年鉴出版单位签约授权,获得其年鉴电子版使用等权限,比较有代表性的是中国知网。其中,中国知网的“中国年鉴网络出版总库”是目前国内最大的连续更新的动态年鉴资源全文数据库,收录1949年至今国内的中央、地方、行业和企业等各类年鉴的全文文献。除却与中国知网数据库的合作,还应该建成各级省、市、县甚至乡镇的年鉴官方网站、数据库,在网站发布地情、要闻等。其中试运行于2017年的《苏州年鉴》网站,结合地情设置走进苏州、多维姑苏、年度分析、深度研阅四个模块,就是一个很好的探索。

(二) 开发相关年鉴产品,使之进入书店

2017年上海年鉴推出的网络版《名校年鉴》是针对上海市“幼小升”现状为切入点编纂的工具书,收获家长们的广泛好评。^③由此案例可以看出,打造服务型年鉴不仅仅体现

① 中国互联网信息办公室:《第44次中国互联网络发展状况统计报告》,2019年8月30日, http://www.cac.gov.cn/2019-08/30/c_1124939590.htm [2019年8月30日]。

② 中国地方志指导小组:《全国年鉴事业发展规划(2016—2020年)》,2016年12月22日。

③ 上海市地方志办公室年鉴研究课题组:《上海市年鉴事业发展调查报告》,《上海地方志》2018年第2期。

在年鉴产品的易得,还要使年鉴更有服务大众的发展意识。比如开发相关年鉴产品,年鉴编纂单位与各行业联网合作,及时取得各类信息、数据,形成大数据,通过分析报告后分类整合形成信息群,上网发布或印刷成册,提供给图书馆、高校、地方资料室等,以便受众取阅。

当下知识付费现象普及,商家通过纸质版书籍、有声读物等形式将知识落地包装成产品或服务以实现商业价值,并同时激励优质内容生产。这一点可以启发开发年鉴年度地区、行业重要事件速查本,在图书馆、书店固定区域上架,避免纸质版年鉴厚重不易阅读的缺点,方便有需求者接触互联网不便时查询信息。充分利用自身掌握的优质信息资源,便利市民更好地了解身边的讯息。上海市地方志办公室2017年的调研报告显示,社会对地方志内容的需求呈现偏好化。偏好历史人物事件等内容的比例达到36%,对山水道路建筑和民风民俗民生的内容需求接近,分别为29%和28%,^①抓住这一需求,年鉴工作者可与出版社合作,制作创意性的年度生活地图,汇编年度新闻、自然、地理、科学等科普小册子,便利学生群体的兴趣阅读。生活图册、简读本年鉴等相关“轻年鉴”产品上市书店、走入家庭,可以使年鉴中最优质的信息从厚重的本体中脱出,发挥更大作用,让广大受众以更便捷的方式获得需要的信息。

四、沟通社会,对年鉴事业深度“开发”

“后人要了解今日之改革,今人要开创美好未来,均可利用年鉴。年鉴通过逐年记载,代代相沿,为后人了解和研究今天各项事业的发展进程留下了宝贵的资料。”^②年鉴“存史、育人、资政”的功用也启发年鉴事业与社会生活密切相连,应当充分利用好年鉴沟通社会各界以及为公众服务的潜能这一优势,推动年鉴事业从多方面融入社会生活。

(一) 发挥好网络链接作用,增强传播矩阵效应

2017年2月,中国地方志领导小组办公室印发的《全国信息方志与数字方志建设工程实施方案》提出以“三网一馆两平台”(中国方志网、中国地情网、中国国情网、国家数字方志馆、地方志综合办公平台、地方志新媒体传播平台)为建设内容,并将“互联网+地方志”成为开发利用地方志资源的重要手段列为总体目标的重要内容。^③这就要求在年鉴的传播过程中更新观念,在提高质量的基础上,创新传播方式,扩展年鉴传播途径,提升年鉴传播价值。年鉴事业应不仅要实现内容层面上的网络化、信息化,同时在传播过程中应注重矩阵效应,以打通相关联的各界机构,形成传播规模。

实现年鉴全面电子化、全面入库的同时,也应开拓深度解读年鉴以及个性化年鉴,同时开发年鉴数据库,提供各类年鉴的检索、阅读、下载等功能。这些仅靠一部年鉴的力量

① 上海市地方志办公室课题组:《地方志社会需求“微信调查”研究》,《上海地方志》2018年第1期。

② 肖东发等:《年鉴学》,第92页。

③ 中国地方志领导小组办公室:《全国信息方志与数字方志建设工程实施方案》,2017年2月10日。

去实现是十分困难的,此时可打通与地方志的链接,通过“以史为鉴”的思路整合地情,在汇总年鉴时共享资源,共同传播,形成合力。在具备开放的多样态年鉴资料的同时,可与方志馆、地方档案馆、地方图书馆、全国各地的网络年鉴以及各类信息行业沟通,形成网上链接,增强传播矩阵效应。要以网络业务模式为导向进行分工,实现融合基础上的资源重组,最终通过规范化的流程形成海量数据库,拓宽度后的传播链条与丰沛的信息储备对于年鉴的多元传播以及后期开发、利用都是十分必要的。

(二)深挖文化属性,实现多样化传播开发利用

随着媒介融合理念与技术的进步,年鉴的传播、利用方式也有了多种可能。当前,不同形式的信息传递具有不同形式的作用,可视化已经突破了“可视”,延展到“可听”和“可感”层面,这启发了年鉴工作者,除了印刷品、电子年鉴的开发,还可以深入挖掘年鉴的文化属性,借助多样化的渠道,使年鉴传播更具活力。

首先,可与各类媒体平台合作,扩大传播时效度。例如,开发图说年鉴,以大图、组图配合设计文字发布在网站、社交媒体平台。年鉴固有的文字传播模式可全面地传递信息、深度解读、黏合素材、介绍背景,这固然不可或缺,但不可否认的是,大图、美图在当下社交媒体传播中吸引力更大,图片的作用在于可以直观传达信息,有现场感、解释补充信息的作用,只是图片使用要注意适度。又如,开发音频年鉴,进行行业、生活数据播报。音频媒体对比视觉媒体具有可点播、陪伴性、解放眼睛等不可取代的优势,年鉴如开发音频产品可与车载广播联合。再如,参与到文化类影片、纪录片的制作之中,甚至策划、制作短片。年鉴的视频资料、影像作品合理编排形成节目,投放得当也可以收获很大的受众关注度,中国地方志指导小组与中央广播电视总台合作拍摄的《中国影像方志》就是发挥影像传播优势的例子。

同时,不忘经营好各级年鉴单位自己的两微一端新媒体平台,突出时代性,打造平易近人、鲜活有趣的自媒体平台,发挥主动性,发布图说年鉴、相关短片、影像资料提升关注度、用户黏性。专题动画,Flash、Java 以及现阶段常见的 H5 小程序动画是广受关注的新媒体信息的整合方式,且相比之下,更为容易制作。这些与手机社交媒体如影随形的“微传播”,以活泼的风格呈现整体中的局部信息,吸引受众关注,其最重要的功能在于培养受众的参与感。如腾讯 NEXT IDEA 与故宫联合推出的《穿越故宫来看你》视频,既融合历史文化与流行元素,又巧妙传播了信息。也可设计年终岁尾的 H5 版小程序总结,日常发布动态化公共生活的服务信息等。年鉴本身自带海量文化资源,运营好自身的媒体资源可从多方面提高年鉴事业的文化价值。

追求多样化开发利用的同时要注重年鉴的本质属性,不能舍本逐末。把握信息的真实、全面、系统,发挥聚合作用,根本目标是扩大年鉴的服务性。多样化开发利用并非简单的堆积罗列,而是要有目的地把多种传播方式结合在一起,形成组合拳,使之既具有时代性,也不乏年鉴“存史、育人、资政”功用的体现。

(三)增强年鉴事业开放性,扩大社会影响

若从根本上实现年鉴的广泛传播,就必须使年鉴工作者深入走进社会生活。编纂人

员应突破单纯的记录,整合身份,不只是在编辑部里焚膏继晷,也要以记者的身份定期走进社会调研、采访,突破性地开展信息收集整理工作,取得具有独特视角的一手资料,使年鉴编纂得更鲜活,更有感染力。同时积极参与、开展国内外年鉴学术研讨,进行文化沟通交流,开拓国际视野,吸收他国先进经验,发挥好年鉴的媒介价值,充分体现其文化窗口的作用,并使其在国际交流中发挥作用。

年鉴的开发利用,还可走出书卷、各类电子屏幕,走到书本外,走到线下生活中,提高年鉴事业的影响力、关注度。可尝试结合当地文化事业发展举办特色活动,与高校、图书馆、档案馆、统计局、报社等单位定期召开协作会议,建立广泛合作,促进各年鉴编纂单位的横向交流,打通年鉴事业与各单位的合作渠道。可在图书馆举办面向市民的公益讲座;走进高校校园,开展针对图书情报专业、新闻史专业、图书编辑专业、文学专业的相关主题夏令营、冬令营等活动,拉近群众与年鉴之间的距离,揭开年鉴事业的神秘面纱,使青年一代走近年鉴。

五、结 语

年鉴的本身属性决定了其一方面与历史文化交融,另一方面与现代大数据、互联网技术相匹配,既有文化积淀也能与现代传播技术契合。现阶段国内年鉴信息化的发展现状表明,现有的开发利用举措并不能释放出年鉴拥有的巨大潜力与影响力。当前,我国信息产业快速发展,媒介融合优势明显,5G技术为网络传播开拓更多可能,媒介融合、物联网传播等新型趋势为信息传播提供多种可能。在新形势下,年鉴编纂应融入受众意识,增加媒介传播的思考,在注重质量、发挥系统性的同时,要关注互联网思维对信息产业的影响。应拓宽思路开发成品年鉴以及相关产品,使“轻年鉴”服务社会,提高影响力。此外,还应深度挖掘年鉴的文化内涵,发挥年鉴事业沟通社会各界的优势,走入社会生活,最大化地提升年鉴事业的影响力,以期更好地服务社会。

责任编辑:杨卓轩