

语言理论的阐述,小至一字、一音、一句的辨证,均需颇具新意;或者选题新,或者取材新,或者观点新,或者研究方法新,既使人乐闻新道,又给人以求新的门径。

“这是一个需要理论而且一定能够产生理论的时代,这是一个需要思想而且一定能够产生思想的时代。我们不能辜负了这个时代。”《古汉语研究》将以开阔的视野,顺应世界知识和学科发展的规律,更好地创新发展。

DOI:10.16027/j.cnki.cn31-2043/h.2023.02.002

横向话语互动与学术期刊的跨界发展

田海龙

《话语研究论丛》主编

首先祝贺《当代修辞学》创刊40周年。感谢会议主办方的邀请,使我有机会参加“纪念《当代修辞学》创刊40周年暨第十三届‘望道修辞学论坛’学术研讨会”,并就会议的议题“专业期刊如何实现跨学科、跨领域发展?”谈一下我的体会。实际上,我也注意到,《当代修辞学》近几年非常注重跨学科、跨领域发展,取得了很好的效果,期刊的学术影响力得到大幅提升。例如,《当代修辞学》的作者群不仅来自汉语学界,而且来自外语学界,不仅有国内学者,还有国外学者;在选题方面不仅涉及修辞学本身的研究课题,还包括其他学科中有关修辞学的研究课题,一些在国际上具有前沿性的研究成果甚至直接以译文的形式刊出。这在国内学术期刊界是不多见的,足见《当代修辞学》对期刊学术品质的追求和对学术引领性的重视。

报告将从横向话语互动的角度探讨学术期刊在管理和运作方面的跨界发展问题,通过观察一份公开获取期刊(open access journal,简称OAJ)的运作方式,讨论其对传统纸本期刊在互联网和融媒体时代实现跨界发展的启示。这份公开获取期刊是 *Humanities & Social Sciences Communication* (《人文与社会科学交流》),由 Springer Nature(施普林格·自然集团,一家全球领先的,从事科研、教育和专业出版的机构)旗下的 Nature Portfolio(《自然》旗下期刊与服务集合,涵盖生命科学、物理、化学和应用科学)负责出版。观察它网站上提供的信息,发现其具有传统纸本学术期刊网站上的基本内容,例如有对期刊目的和领域的介绍、对作者投稿的指导、对论文体例的要求,并且声明所有投稿都须经过匿名评审;网站上还列出众多学术委员会成员的姓名、被检索和收录的信息,以及其他代表其荣誉和权威的信息,包括该期刊的影响因子。然而,该公开获取期刊网站上也提供了一些传统纸本期刊没有的信息,如明码标价的“文章处理费”(article processing charge,简称APC),具体文章的阅读量,读者的地理分布,社交媒体(如推特)的转发频次,以及强调该刊具有论文见刊快的特点,等等。由于是网络出版,该公开获取期刊还充分利用互联网和融媒体的技术优势,在文章的排版方式为读者提供方便的阅读体验,不仅参考文献可以点击阅读原文,而且文章的各部分都可随意点击标题选择阅读。

以上观察显示,这份公开获取期刊和一般的传统纸本期刊一样,都非常重视刊文的学术规范性和研究合理性,并采用同行匿名评审制度来保证文章质量;但是,公开获取期刊也具有自身的特点,如刊文数量巨大,学科范围宽泛,等等。如果与纸本期刊对照,以下两个特征更能体

现其在运作方式上的特点: 1) 采取作者(包括研究的资助者)付费的运作方式,而不是像纸本传统期刊那样是读者(包括图书馆)付费; 2) 利用互联网和融媒体技术为读者提供方便的阅读体验,而不是像纸本传统期刊那样为读者提供的阅读方式较为单一。基于这些发现,可以认为,公开获取期刊虽然并没有改变其学术属性,也没有将其活动扩展至学术领域之外,但是它注重论文推广力度和效果的“营销”(marketing)方式和“读者友好”型的排版形式,却也使其与纸本期刊形成了明显的差异。

从话语互动的角度解释形成这一差异的原因,可以认为这是商业领域的话语与学术领域的话语相互作用的结果。所谓“话语互动”按照我在《社会网络中的话语互动》(天津人民出版社,2021:1-2)一书中的阐释,即是社会网络中不同层级、不同领域和不同历史时期的社会活动者通过使用特定的语言形式相互影响和作用的社会实践过程。不同层级的话语互动属于“纵向话语互动”,不同领域的话语互动是“横向话语互动”,不同时期的话语互动是“历时话语互动”。批评话语分析的学者认为,“话语”即是社会实践,体现为语言使用和与语言使用相关的社会因素二者之间的辩证关系。据此,我们也可以认为,体现在“纵向”“横向”和“历时”维度上的话语互动也是一个话语与另一个话语在语言使用层面的互动,同时也是这两个话语在社会因素层面的互动,而且,社会因素层面的互动对语言使用层面的互动也起到制约和调节的作用。

就以上观察的公开获取期刊的运作方式而言,它体现出学术领域的话语和商业领域的话语之间的互动,因此属于横向话语互动。这种横向话语互动导致了语言使用上的“杂糅”,使得这个公开获取期刊的网站上既有涉及学术活动的语言使用,如明确匿名评审程序、公开学术委员会成员、强调论文质量、明示稿件体例要求,又有涉及商业活动的语言使用,如公开交易价格、承诺交货时间、注重产品推广、宣传产品质量、明示产品规格。在这个意义上,这个“杂糅”了两个话语(学术话语和商业话语)中语言使用方式的公开获取期刊就形成了一个“新话语”,一种体现为新的期刊运作方式的社会实践。在这个体现新的运作方式的新话语中,被杂糅在一起的学术话语和商业话语的语言使用方式并非处于平等的地位,相反,学术话语是主导,决定着这个新话语仍然是学术领域的话语。也就是说,商业领域的语言表达方式只是被“再情景化”到学术话语之中,并与其语言表达方式融合为一体而已。这一结果的形成有其客观原因,如互联网和融媒体技术的普遍应用为学术传播提供了便捷的方式,也对传统期刊的发展提出了挑战。同时,学者发表论文的需求与纸本期刊可提供的版面形成的矛盾,也构成潜在的市场需求。但是,这些客观存在的现实之所以可以导致新的期刊运作方式,进而生成以“杂糅”的语言使用方式为特征的新话语,则是因为公开获取期刊的举办者认识到互联网和融媒体传播的便捷与传统期刊发展的需求之间存在的张力,并通过改变传统期刊的运作方式(改读者付费为作者付费)来打破这种僵局。如此认识公开获取期刊的运作机制,实际上是运用话语互动分析的“双层-五步”分析框架,揭示出公开获取期刊举办者自己的主观能动性在话语互动过程中的重要作用。从学术的角度讲,这样的话语互动分析突显出社会活动者通过语言实施社会实践的过程,体现出话语研究的发展趋势。

透过公开获取期刊的运作方式,我们看到学术期刊跨界发展的一般过程。学术领域的期刊举办者挪用商业领域的一些行为方式,并将这些行为方式以语言运用的形式融进学术话语,形成具有“杂糅”特征的新话语。对这个过程和机制进行话语互动分析,彰显出话语互动理论及其分析方法的阐释性。这是因为话语互动理论突显了辩证唯物主义的一个基本原理,即世

界上任何事物和现象都是相互联系的,彼此相互联结、相互依赖、相互影响、相互作用、相互转化,而且以相互作用为体现形式的“互动”是客观世界普遍联系的表现形式和基本内容。在这个意义上,公开获取期刊的出现虽有互联网技术发展的支持和学术发表的需求,但从本质上看,真正促其产生的内在动力则是学术话语与商业话语的横向话语互动。解剖这个过程,话语互动的理论和方法将公开获取期刊举办者的主观能动性突显出来,并将其视为学术期刊跨界发展的内在动因。就社会活动者的主观能动性而言,以上从话语互动角度对公开获取期刊运作方式的审视,可以为学术期刊跨学科和跨领域发展提供三点有益的启示:

首先,期刊举办者需要认识互联网和融媒体技术对纸本传统期刊在传播方式上带来的挑战和机遇。仲伟民和温方方在《首都师范大学学报》(社会科学版)2022年第2期发文,讨论社科期刊目前面对的十个矛盾与难题,其中一个便是“数字化纸本期刊如何涅槃”的问题。纸本期刊登载的学术成果在互联网和融媒体时代如何传播的问题,期刊举办者早已有所思考,十年前就开始尝试“中国高校系列专业期刊”“域出版”等专业网刊。但是,正如仲伟民和温方方在文中所言:“我们已经进入了一个全新的时代,但学术期刊没有跟上步伐。”在这个新时代,读者的阅读方式已经发生转变,由整篇阅读转向微阅读,由纸媒阅读转向融媒体阅读,由在书房教室阅读转为随时随地移动阅读。然而,期刊举办者的工作重心和思维方式仍然停留在纸本期刊上,还没有做好迎接挑战的准备,至少在期刊的排版格式方面还没有做到满足新时代读者阅读的需求。对此,公开获取期刊给我们的启示在于,期刊举办者需要对纸本期刊进行根本性的改造和重塑。这方面的工作可能是革命性的,不仅仅是将发表在纸本期刊的学术成果转变成数字产品,存放在一个语料库由读者自取,或者通过微信公众号整体传播,更不是建立一个网络投稿审稿系统就可大功告成。

其次,期刊举办者需要借鉴其他领域有效的运作方式,不仅是为了适应互联网和融媒体的技术要求,更是为了提高学术期刊的管理力。中国社会科学院评价研究院的中国人文社会科学期刊评价体系(AMI)将期刊的吸引力、管理力和影响力作为主要评价内容,在评价学术期刊的吸引力和影响力的同时,将学术期刊的管理力纳入评价体系。这在一定程度上表明,学术传播已经成为学术期刊的生命线和存在的理据,而良好的学术传播效果并非是一蹴而就的事情,它需要具体的管理方式来保障。在这方面,公开获取期刊的运作方式提供的启示在于,期刊举办者可以借鉴商业领域的营销策略,以此助力学术期刊的跨领域发展。商业领域在推销产品方面有着成熟的经验,这方面的话语策略也不计其数,需要学术期刊的举办者不断地开发并为期刊跨界发展服务。只要期刊坚持学术性,坚守学术期刊的基本操守,任何商业领域的话语策略都可以被“再情景化”进来,成为体现期刊“管理力”的具体策略,进而提升期刊的学术“吸引力”和“影响力”。当然,应该拒绝商业领域的“铜臭”污染学术领域的环境。

最后,期刊举办者需要认识到,学术期刊跨界发展的根本动力来自期刊举办者。这也是话语互动理论强调的新话语生成的真正动因。学术期刊跨界发展需要产生一些创新性的操作模式和运作方式,其形式可以是学术领域挪用商业领域的一些营销策略。这种具有“杂糅”特征的新的运作方式在学术领域形成的前提,是期刊编辑对学术期刊面临挑战这一局面的清醒认识,是将这种认识转变为创新实践的勇气,是将这种创新实践化作话语互动效果的智慧。话语互动理论作为批评话语分析的新发展,秉承批评话语分析的传统,在关注语言使用的形式,以及语言使用与语言使用相关的社会因素之间辩证关系的基础上,在众多的社会因素中抓住语言使用者这一

关键因素,探究其通过语言使用实现社会互动的过程和机制。就学术期刊跨界发展而言,无论是借鉴商业领域的营销策略来提升学术期刊的管理力,还是借助互联网和融媒体技术重塑纸本期刊的传播方式,其首要前提都要落在期刊举办者的主观能动性上面。这或许也是期刊人的使命所在。

论人文社科期刊的主编意识 ——基于《当代外语研究》的办刊实践

杨 枫

(《当代外语研究》主编)

学术是关于人类知识积累、进步和发展的崇高事业,是关于学者自我主体精神与他者客体认识的科学统一。学术既为物,也为人,形式上它是一个独立的客观物质存在,本质上却是人的精神反映,最好的学术一定是参与社会实践的思想实验;一定是折射现实和时代的泣血之作;一定饱含着著者的观念、志趣、性情,甚至就是作者的生活方式。因此人文社科期刊不是学术物化的评价工具,而是知识生命的注视美学;它是世界思想的创造,人类意义的追寻;它是学术的土壤,甚至是种子,具有知识本体论的功能和价值,也就是说,知识的萌芽可以摧折,只要种子不死;知识的河道可以干涸,只要水潜地下;总有春暖花开之时,终有水入大海之日。学术就这样要求编辑既有鉴赏家和收藏家的严肃、崇高、谦卑的学术视野、胸怀和批判气质,也要有发明家和学问家的智慧、勇气和创造力;既能火眼金睛,又能披沙拣金;不但不能眼高手低,还要偶露峥嵘。学术就这样在作者与编辑的相互注视中由陌生相遇到激情相拥。

由此,编辑的主体精神决定了一本人文期刊的学术风格,其中,主编的思想、学术、学科、管理、经营等编辑意识直接影响着一本期刊的学术公信力和影响力。有人说,主编是一本期刊的设计师,我倒觉得主编更像一部戏的导演,或交响乐团的指挥,用理性和激情系统规划、调配、掌控知识演进的学术大戏或学术之歌。基于此,撰诸主编意识,学术意识、学科意识、国家意识、创新意识、争鸣意识、管理意识和评价意识系其荦荦大者,构成一本人文期刊的学术意志。

第一 身份意识。关于编辑职业化与专业化的问题,一直歧见纷纭,这是一个做编辑家还是学问家或者兼而有之的问题。在这个问题上,我一直有清醒的定位,第一职业是编辑,第二职业是老师(好像叶圣陶先生也说过这样的话),但力争做一个有学问的编辑家。实际上,人文社科的编辑实践和学术活动极其复杂。首先,编辑出版学作为二级学科,分布在新闻传播、信息管理、文学、媒体设计等专业院系;其次,编辑职称和责任编辑资格必须接受国家新闻出版行业的评价和管理;同时,编辑从业又要有所属学科的专业背景、学术素养和语言能力。基于此,《当代外语研究》编辑部采取主编负责制下的编辑学者化和专业化相结合的管理模式,也就是说,编辑团队由学者型的学科编辑和职业性的责任编辑组成,既有职业操守,又有专业眼光,以研促编,以编助研,编研互进,以此提高了编辑加工的水平和质量。主编负责制定期刊的