

平台重構與交流復興

——媒介變革為學術期刊帶來新契機

桑 海

[提 要] 作為機器印刷時代重要的學術平台，學術期刊體現了印刷媒介的優勢，同時也受到了這種媒介的局限，比如對學術研究至關重要的交流功能就未能充分展開。新新媒介的興起，在技術層面突破了印刷媒介的固有限制，為學術平台重構以及學術交流功能的回歸帶來了新契機。隨著媒介的變革與融合，學術出版乃至學術生產、傳播和評價等諸多領域都將發生深刻的改變。學術期刊人應當深入思考和理解媒介變革帶來的新變化，積極投入構建新型學術平台的實踐，優化學術出版環境，進而對學術生態產生正向的影響。

[關鍵詞] 新新媒介 學術傳播 學術期刊 學術平台 域出版

[中圖分類號] G237.5 ; G206.2 **[文獻標識碼]** A **[文章編號]** 0874 - 1824 (2018) 04- 0122 - 10

媒介是一種啟發思維的制度，^①不但塑造著人們的世界觀，也改變著社會文化的脈絡和結構。與社會文化的其他領域一樣，隨著新的媒介興起並與傳統媒介相融合，學術傳播乃至學術生產、傳播和評價等諸多領域或許都將發生深刻的改變。包括學術期刊在內的現代學術出版業，其發展歷程與機器印刷相伴隨，印刷媒介在為學術交流提供極大便利的同時，也有其與生俱來的局限，難以充分滿足學術交流的需要。近年來，隨著數字技術的普及，特別是互聯網和移動互聯網的應用，媒介領域出現了一些重要的新變化。學術期刊從業人士往往傾向於從職業遭遇挑戰甚至危機的角度去看待。然而，拋開媒介變革對固有益格和思維模式的衝擊，我們會發現，新型媒介呈現出的許多新特徵，或許更契合學術發展內在的邏輯。若能對這些新特徵加以分析和整合，或許有助於推動新型學術平台的建構，乃至為學術生態帶來新的生機。

一、印刷媒介與學術期刊的局限

媒介的歷史和人類的歷史一樣漫長，因為人的身體本身就是一種媒介，人們以對話、手勢、表情等即可建立面對面的交流。而按彼得斯（John Durham Peters）的考證，現代意義上的媒介，即作為一種藝術的形式、物質、技術或作為大眾傳播渠道的媒介，源於 17 世紀中葉，“交流”

(Communication) 的現代意義——“精神上的互動與分享”也在此時開始形成。^②有趣的是，這恰好也是學術期刊誕生的時間，英國皇家學會《哲學會刊》等最早的學術期刊就出現在 1665 年。《哲學會刊》的創辦初衷就是“給科學家們提供一個交流平台，以取代原來靠書信往來建立的學術聯繫”。^③作為一種週期性的出版物，學術期刊在作者與讀者間建立了一種定期“會面”的特殊關係，而且從“一對一”的線狀聯繫，拓展為“一對多”的網狀聯繫。這無疑大大促進了學術傳播，對於推動學術發展和學術共同體的形成起到了重要的作用。然而，作為一種印刷媒介，學術期刊從一開始就受到了媒介自身特性的局限。

(一) 學術交流功能被展示功能超越

在學術期刊發展中遇到的一些問題，雖然往往被歸結於體制等因素，但從媒介的視角來考察，或許也會有所啟示。比如，學術期刊的展示功能逐漸增強，而更基本的學術交流功能反而被忽視了。原祖傑指出，“學術期刊出現以後，隨著其專業程度越來越高，作為一個發表平台，其展示功能很快超越了其交流的功能。與彼此交流相比，學者們更注重如何展示他們的學術發現”。^④這與本雅明所說的在機械複製時代的藝術作品傳統的“儀式”價值逐漸被“展示”價值所壓倒，^⑤有著異曲同工之妙。因為機器印刷媒介易於複製、保存和查閱，所以自誕生起就成為一種客觀的、公共的、大眾的傳播平台。在學術期刊上發表有點類似於登報聲明和登記註冊，不但可以宣示對知識產權的佔有，也逐漸成為人們了解學者學術成果、評價學者學術水平的主要依據。學術發表的“展示”作用本來無可厚非，但由於印刷媒介時間上的異步性與交流上的非即時性，從學術期刊誕生後不久，學者們就越來越注重用期刊展示成果而忽視交流。於是學術期刊越來越像學者展示自我的秀台，甚至被作為揚名立萬的工具，最初所承載的學術交流功能反倒被邊緣化了。從中國學術期刊發展的歷史和現狀來看，隨著學術評價制度和期刊評價制度的建立和固化，很多學術期刊越來越受到利益的影響，追求量化指標，逐漸偏離了作為學術交流平台的初衷。

(二) 異步傳播的遲滯性

按哈羅德·英尼斯(Harold Innis)的“媒介偏向論”，媒介按其偏向大致可分為克服時間和克服空間兩類，印刷媒介是偏於克服時間的媒介，容易長久保存，但不便於跨越空間傳播。^⑥這一觀點有一定的啟示性，同時也有值得討論之處。按英尼斯的觀點，印刷媒介在克服時間方面的優勢，主要體現在可以長久保存，贏得更長久的關注和反響。但學術期刊是一種週期性很強的出版物，與學術圖書不同，很少有人會收藏過期的學術期刊，其影響的長久性或許主要體現在“被引用半衰期”之類的指標上。當期刊數據庫出現後，紙質期刊可以長久保存的優勢也轉移到了數字版本上，沉重且佔用空間的紙質期刊，已經越來越成為食之無味棄之可惜的“雞肋”。從時間角度看，還可以發現印刷品的另一個特性，即它是一種“異步傳播”的媒介。期刊使人們可以跨越物理時空進行交流，但其依附的物質載體——紙張比較笨重，並不容易快速獲得，因而藉助學術期刊進行的互動並不具有即時性。由於要經歷構思、撰寫、審稿、排期、編輯、排版、印刷、發行等諸多環節，學術期刊往往有著嚴重的遲滯性。這種遲滯性不但妨礙了學術期刊成為良好學術交流的平台，甚至連“展示”的功能都大打折扣。中國知網近年推出“優先出版”，就是因為期刊發表遲滯已經嚴重到相當程度，以至於影響了學術新知的傳播和作者研究成果首發權的認定。

(三) “面對面”交流的喪失

印刷媒介是書寫媒介的延伸，柏拉圖對話錄《斐德若篇》裡蘇格拉底對文字書寫的抱怨也完

全適用於印刷媒介——比如依賴符號而削弱記憶力、會被輾轉傳播到看不懂和無關的人那裡、容易被人曲解卻無力自辯、無法回答問題和進一步解釋等等。蘇格拉底想要的是那種靈魂之間的交流，他認為真正有知識的人不會“把那些知識寫在水上，用筆墨做播種的工具”，而是會“找到一個相契合的心靈”仔細播種，它們不是華而不實的，而是可以結果傳種，在旁的心靈中生出許多文章，生生不息”。^⑦蘇格拉底的這番話引起了傳播學者對“交流”觀念的反思，對於學術交流和傳播而言，這種反思尤為重要。蘇格拉底提醒我們，真正的學術交流不是蜻蜓點水式的淺層交流，而是觸及靈魂的深層互動。如前文所述，學術交流深深地嵌入學術研究的中心，而那種面對面的學術交流，比如高質量的課堂互動或學術研討會，對於學術的發展和學者的成長又至關重要。印刷媒介的局限使得學術期刊難以勝任這種深層交流的平台，很多學術期刊往往因為定位不準確、傳播不暢通等原因，與理想的讀者失之交臂；許多文章發表後就如石沉大海，作者在孤獨中繼續撰寫；許多文章被誤解和曲解，甚至以訛傳訛；許多文章雖然符合學術規範，但卻生硬刻板，沒有血肉和靈魂……總而言之，以機械複製和大眾傳播為主要特徵的印刷媒介，在擴大了傳播空間範圍的同時，也喪失了許多面對面交流具有的優點。

（四）受眾狹窄導致地位邊緣化

印刷媒介本質上是一種大眾媒介，而學術期刊一般都比較小眾，這讓學術期刊從一開始就在受眾問題上有一種游移，或者說“面臨著大眾化與專業化之間的二難選擇”。^⑧例如，《自然》（*Nature*）雜誌在創立之初定位為科學與大眾之間的橋樑，既要服務於大眾又要照顧科學家這樣的小眾。然而，隨著學術共同體的形成以及合法性的建立，大部分科學家不再有耐心面向社會介紹自己的科研成果，他們更願意在學術共同體內部展開對話。隨著學術的專業化發展，絕大部分學術期刊放棄了大眾，走上了精英化的道路。對於許多學術期刊而言，作者和讀者群體其實是高度重合的，無論是綜合性期刊還是專業性期刊，無論辦刊學術水平高低，發行業都無法與時政類、生活類等期刊相比，近年來更是明顯呈下滑趨勢。學術期刊面向專業群體，使之很難擁有大量訂戶，做到自給自足頗為不易，大多都需要依賴各種類型的資助才能生存，因而從經濟角度來看，在各類期刊中處於弱勢地位。在前些年的學術期刊體制改革中，一些高校學術期刊被併入本校的出版社，由於出版社以經濟效益為主要考核指標，學術期刊往往都處於比較尷尬的邊緣位置，甚至被認為拖了後腿。

二、當學術遇到新新媒介

“媒介”是一個相當年輕的術語，直到1960年代初期才用來描述實現跨時空社會交往的不同技術和機構。或許正是當時新興的電子媒介推動人們去發現和理解媒介。從1960年代到1990年代，馬歇爾·麥克盧漢（Marshall McLuhan）和約書亞·梅羅維茨（Joshua Meyrowitz）等重量級媒介理論家都把媒介的歷史劃分為口頭、手抄、印刷、電子四個階段。^⑨然而，1990年代中期互聯網技術的突飛猛進，很快就讓這種劃分方式顯得過時了，本文著重介紹和討論以下三種關於新型媒介的界定方式。

（一）元媒介

克勞斯·布魯恩·延森（Klaus Bruhn Jensen）按照三類不同的物質載體，區分了三個維度的媒介：第一維度的媒介是人的身體及其在工具中的延伸，主要包括口語和書寫，其基本傳播模式是“一對一”；第二維度的媒介依仗各種各樣的模擬技術，包括印刷書籍、報刊、電影、廣播、

電視等，實現了對特定文本的複製，使得人類可以跨越時空獲取信息，其基本傳播模式是“一對多”；第三維度的媒介則是基於元技術，其典型例子是網絡化的計算機和手機等可以接入互聯網的便攜設備，這類媒介“整合了一對一、一對多以及多對多的傳播形態”，“不僅複製了先前所有的表徵與交流媒介的特徵，而且將它們重新整合於一個統一的軟硬件物理平台上”。^⑩例如，手機的普及使得人們的交談、書寫、閱讀、視聽等媒介功能集於一身，成為日常生活的重要內容。延森所強調的“元技術”，與艾倫·凱（Alan Kay）和阿黛爾·戈德堡（Adele Goldberg）1970年代提出的“元媒介”（meta-media）概念，^⑪以及保羅·萊文森（Paul Levinson）在他1999年出版的《數字麥克盧漢》（*Digital McLuhan*）一書中所說的“媒介之媒介”（medium of media），可謂英雄所見略同。這一概念特別值得重視，因為在元技術的影響下，傳播再次擁有了人際傳播中的互動與多元化的交流模式，這使得一些古老的媒介形式有了復興的可能。

（二）社交媒介

還有一個常被使用的媒介類型概念是“社交媒介”（Social Media）。2007年，安東尼·梅菲爾德（Antony Mayfield）在一本名為《什麼是社交媒介》的電子書裡，將社交媒介定義為一種給予用戶極大參與空間的新型在線媒體，具有參與、公開、交流、對話、社區化、連通性等特徵。^⑫根據維基百科的定義，社交媒介“是人們用來創作、分享、交流意見、觀點及經驗的虛擬社區和網絡平台。社交媒體和一般的社會大眾媒體最顯著的不同是，讓用戶享有更多的選擇權利和編輯能力，自行集結成某種閱聽社群”。^⑬有的定義還明確把社交媒介界定為一種基於WEB2.0或WEB3.0思維和技術平台、並允許用戶生產內容（UGC）的互聯網應用。^⑭在社交媒介上面，人們通過多種互動模式自發地分享信息和討論問題，通過不斷地交互和提煉，能夠有效地對某個主題達成共識，其影響速度、廣度和深度都超越了傳統媒體，而且幾乎不用任何花費。

（三）新新媒介

保羅·萊文森在2009年出版的《新新媒介》（*New New Media*）中提出了媒介“三分法”：舊媒介、新媒介、新新媒介。他把互聯網以前的報紙、期刊、廣播、電視、電影等統統歸入舊媒介。舊媒介有確定的時空定位，比如報紙每天出一期，月刊每月出一期，我們要耐心地等待出版，而且通常由專業人士生產和傳播，有一種自上而下的控制。新媒介是指互聯網的第一代媒介，發端於1990年代，譬如電子郵件、搜索引擎等，其特徵是信息一旦上傳到互聯網上，人們就可以按照自己方便的時間使用。新新媒介是指互聯網的第二代媒介，興起於世紀之交，譬如博客、Youtube、Twitter、維基百科、微信等，其主要特徵是沒有自上而下的控制，信息的消費者也是其生產者，內容多由非專業人士生產，人人都可以根據自己的才能和興趣去表達和出版，使用這種媒介通常是免費的。

很顯然，“元媒介”、“社交媒介”和“新新媒介”，所指的基本上是同一類媒體，只是命名的角度不同。“元媒介”的重點在於，舊的媒介形式在新的技術平台上可以復現與重新整合；“社交媒介”更強調“互動”以及“社群”的形成；“新新媒介”則突出媒體代際更迭，可以容納更多的新特性。萊文森對“社交媒介”這一命名方式不大滿意，因為社交的概念不足以涵括這種媒介的多重特性。他認為“新新媒介”一詞有著更強的包容性。事實上，我們也可以把“元媒介”、“社交媒介”看成是“新新媒介”的不同面向。“新新媒介”的內涵可以隨著媒介技術的發展不斷豐富，甚至為尚未出現的要素也預留了空間。這個概念的價值就在於此。為敘述方便起見，本文將此類新型互聯網媒介稱為新新媒介。

不論如何界定和命名，新型媒介的誕生和迅速發展，都為新型學術平台的建構帶來了前所未有的機遇。這固然是因為這種媒介建立在更新更強的技術之上，克服了印刷媒介的某些缺陷，更重要的是，其特性和邏輯與學術自身的特點有一些微妙的契合之處。那麼，媒介變革究竟帶來了哪些新的可能性？在新新媒介的環境下，學術期刊如何可能“進化”為更適合學術發展需要的新型學術平台呢？

三、學術交流應當重返學術活動的中心

學術期刊具有確定的週期、規範的體例、整齊的紙張、標準的文字，一旦印成就難以修改，甚至有著官方賦權的刊號和名聲顯赫的主管主辦單位，看起來似乎有一種不容置疑的確定性和權威性，這也是其“展示”作用的基礎。然而，我們也可以用斯坦利·費什（Stanley Fish）的方式提出質問：“學術期刊裡有文本嗎？”^⑤在費什看來，文本——即有意義的話語——並不存在於任何具體空間，而是以一種虛擬形式存在於讀者的頭腦中，以及讀者彼此交往而形成的詮釋社群（interpretive communities）中。文本是短暫而不穩定的，學術論文經由印刷媒介發表所獲得的確定性，或許只是一種幻覺。真正意義上的學術論文的文本，只能存在於學術主體間的對話和交往之中，其價值的大小也要從學術交流的角度去理解和評判。

皮爾士（Charles Sanders Santiago Peirce）富有啟發性的符號學，或許有助於我們理解學術交流對於學術研究的重要性。與索緒爾（Ferdinand de Saussure）“能指/所指”的二元符號模式不同，皮爾士對符號的界定採取了三元模式：“符號，或稱‘代表項’（representamen），它使某種條件下所指之物的代表。通過向人們言說，符號使解釋者在其頭腦中產生一個對等的或更加深刻的符號。對於產生的這個符號，我稱其為原初符號的解釋項（interpretant）。”^⑥這一符號解釋過程大致是：符號在解釋者心中引發的連續的思想形成一個解釋項，解釋項又成為需要進一步解釋的二級符號，解釋者既要面對直接呈現的實在，又要面對基於不同經驗產生的解釋項，在與其他主體與客體互動之中努力探尋共同的解釋項。皮爾士將人類的認知活動設想為一種社群活動和交往活動，他樂觀地相信，通過共同努力有可能達成某種確信的共識：“一根由無數纖維所擰成的纜繩——儘管每一根纖維都是纖細的，但只要這些纖維的數量足夠多且連接足夠緊密，這根纜繩就是牢不可斷的。”^⑦從學術期刊的角度看，一篇真正有價值的學術論文應該就是一個解釋項，構成無數心智對某個問題認知鏈條上的一個環節。皮爾士的符號理論凸顯了人際交流與互動對認知的重要作用，因而學術研究活動就轉變為一種帶有現實意涵的交流與傳播活動。卡爾·波普爾（Karl Raimund Popper）也提出了與皮爾士類似的觀念，他認為存在三個世界，第一世界是外在的物質領域，第二世界是內在的意識和精神狀態的領域，第三世界則是銜接上述內外兩個世界的中介，包含了所有的交流活動。^⑧波普爾和皮爾士都意識到，正是藉助交流與傳播活動，不同人的內在世界才有了彼此接觸和融合的可能。

主體間性（Intersubjectivity）最早由哲學家胡塞爾（Edmund Husserl）提出，但在其先驗現象學框架之下，“主體間性”仍未擺脫自我中心的色彩。尤爾根·哈貝馬斯（Jürgen Habermas）的“交往行為理論”和“商談倫理學”，把主體與主體之間的交流和對話提高到了極其重要的位置，可謂名副其實的“主體間性”。哈貝馬斯區分了四種社會行為：目的行為（旨在實現某種目的的行為）、規範調節行為（社會集團成員以共同價值觀為取向的行為）、戲劇行為（有意顯露其主觀性從而塑造本人形象的行為）和交往行為（主體之間通過對話協商實現理解和共識）前三

種行為分別揭示了語言的一種功能，都有著某種片面性，“只有交往行為把語言看做是一種達成全面溝通的媒介”。^⑨哈貝馬斯也談到了社會行為與“三個世界”之間的關係，目的行為著重於行為者與“客觀世界”的聯繫、規範調節行為著重於行為者與“客觀世界”和“社會世界”的聯繫、戲劇行為著重於行為者與“主觀世界”和“客觀世界”的聯繫，只有交往行為同時和三個世界都發生聯繫，兼具前三種行為分別側重的真實性、正確性和真誠性。

學術交流並非外在於學術研究，也不是學術研究的副產品，而是深深嵌入學術研究的中心。很多優秀的學術期刊都很重視學術交流，通過組織筆談、發起討論等形式，就重大問題或學術熱點進行學術對話甚至學術交鋒，這樣的交流推動了學術的發展，也造就了紙媒時代的一流期刊。然而，印刷媒介時代的學術期刊受到媒介的局限，難以充分承載學術交流的需要。學術期刊若要恢復在學術研究中的樞紐地位，最根本的辦法就是強化交流功能，成為真正意義上的學術平台。在與互動交流相伴而生的新新媒介中，有望重構展示與交流並重的新型學術平台，使學術交流得以復興。

四、互訪性與互文性的實現

學者之間的互相訪問和彼此問答，是古典時期形成的一種學術傳統，其本身就是重要的知識生產方式，比如《論語》和《柏拉圖對話錄》都是這種對話傳統的遺產。巴赫金（Mikhail Bakhtin）把對話性（dialogism）發展成一個哲學問題，“單一的聲音，什麼也結束不了，什麼也解決不了。兩個聲音才是生命的最低條件，生存的最低條件”。^⑩與印刷媒介獨白式傳播不同，新新媒介可以讓人們更容易接觸到信息的提供者，即傳播者與接受者之間有一種“互訪性”。在印刷媒介時代，與圖書或論文的作者直接接觸，不但有聯繫方式上的障礙，還存在很多操作和心理層面的困難，做到“互訪”並不容易。而在新新媒介時代，互訪變成了日常生活的一部分，在手機上就可以輕鬆地完成。在這種互訪之中，學術明星變得平易近人，學術討論不再高深莫測，這讓年輕人和基層學者也有了更多參與學術生產的勇氣。如延森所說，“網絡化的媒介讓大量的社會成員成為傳播者——他們既可以提出問題，也可以回答問題；可以通過一對一的形式，也可以通過集體的形式；可以以同步的方式，也可以以異步的方式，從而成為彼此間互相關注的客體”。^⑪

巴赫金的對話性概念被克里斯蒂娃（Julia Kristeva）翻譯為互文性（intertextuality），強調符號是根據與其他符號的關係而界定，^⑫也就是說，文本總是作為文本網絡的一部分而獲得其意義。其實，互文性在學術論文中比在文學作品中更容易理解，因為學術研究的新發現，幾乎都建立在前人研究的基礎上，學術論文的引證就是這種互文性的典型體現。尤為值得注意的是，約翰·費斯克（John Fiske）區別了互文性的兩個方面，即橫向的互文性與縱向的互文性。橫向的互文性是一般意義上的，即跨越歷史的文本聯繫；而縱向的互文性則包括了受眾，側重於較短時間內受眾對文本的反饋。就學術期刊而言，如果說橫向的互文性主要體現在引證之中，那麼縱向的互文性則體現在讀者閱讀之後的筆記、評論和交談等。^⑬遺憾的是，以往由於媒介的局限，這些對於學術交流很有價值的縱向互文文本，幾乎都在時間中隨風飄散了。

互聯網為互文性的實現提供了非常便利的工具，一切分離的文本都藉由網絡聯繫起來，無論是橫向的互文性還是縱向的互文性，都變得清晰而直觀。如今的互文性已經不是潛藏在文本中等待學者去發現的東西，而是變成了明顯可見的事實。在數字化和互聯網技術的影響下，互文性獲得了一系列明確的、可操作的結構——超文本性（Hypertextuality），其典型代表就是將各種文本

和應用程序聯繫在一起的超鏈接。傳統文本是以線性方式組織的，紙質期刊上的論文，在線性敘述的同時，通過引證注釋的方式體現其橫向互文性，但查閱相關的文獻並不方便；而互聯網的超文本是以非線性方式組織的，一篇超文本論文中遇到的相關文本內容，不論是文字、圖像、聲音還是其他形式的媒介，都通過超鏈接組織在一起，使用者輕輕一點鼠標就可以很方便地瀏覽。

由於學術期刊具有重視引證的傳統，在新型學術平台的構想中，橫向的互文性是一個很重要的因素。依靠後台規模龐大並且不設閱讀門檻的期刊、圖書數據庫和其他網絡資源，讀者僅憑一部手機就可以在互文本的網絡中自由地穿梭。與最常用的互文本資源工具——搜索引擎不同，新型學術平台上的互文性結構和內容更加專業化和精英化，因而更符合學者們積累知識和從事研究的需要。目前，在中國知網等數據庫中，“知網結”一類的技術已經漸漸編織起互文性的知識網絡，為新平台的構建打下了基礎。

縱向互文性，或者說那些隨性而零碎的評論，被新新媒介從時間和空間中拯救回來，成為重要的信息來源和互動手段，並且可以長久保存。在古典時代，文本是稀缺資源，而且人們習慣於謙遜地用注釋的方式表達自我，因此圍繞經典文本的注釋和評論非常發達，例如中國儒家經典的註疏和西方的《聖經》詮釋。我們今天再次進入一個評論的時代的原因卻剛好相反，因為文本無限地增殖而過剩，需要借評論幫助彼此在信息洪流中選擇判斷，同時人們也更願意通過評論自我表達和互動交往。在新新媒介時代的互動變得非常便捷，我們發送評論的能力被大大拓展了，逐漸形成了關注評論的習慣，互文性也就不斷地生產出來。比如，人們會在“大眾點評網”看看哪家咖啡店好評最多，點開“豆瓣”的評論看看哪部新片最值得觀賞，在網上商城購物後也常會點讚或吐槽。在新型學術平台上，評論的復興顯得尤為可貴。讀者閱讀一篇論文後可以發表或長或短、或嚴謹或隨性、或專業或非專業的評論，從而在讀者與作者之間、讀者與讀者之間形成密切的互動。由於學術平台的專業特性，同行會在同一個專域中匯集，這種互動評論往往有較強的針對性，可以提高作者的自我價值感或幫助作者對自己的研究進行反思。一篇高質量的評論有可能成為一篇新論文的引子，一次激烈的論爭則有可能激活一個學術生長點。

五、面對面交流的復興

面對面交流的優勢在於交流的深度和現場感，而劣勢則是其影響範圍和持久性有限，那麼，有沒有可能找到一種兼具面對面交流與現代傳播優勢的交流方式呢？幸運的是，新新媒介的出現提供了這種可能性。前文已述，新新媒介的特徵之一就是超強的整合功能，複製了先前所有媒介的特徵，而且將它們重新整合於一個統一的軟硬件物理平台上，支撐這一平台的是服務器近乎無限的運算和儲存能力。這種整合也可以稱作媒介融合，體現在不同的維度上：隨著一切媒介都已經數字化或正在數字化，越來越多設備接入互聯網，各種媒介被連接起來；以往曾出現過的舊媒介或新媒介形式，都可以在具有“元媒介”特徵的新平台上復現，比如微電影和微期刊；文本、圖像和聲音被整合於許多既有表達類型之中，同時也產生了一些新的表達類型，大多源自大眾傳媒與面對面交流；可以根據語境靈活運用一對一、一對多以及多對多的傳播形態。新型學術平台就是這樣一種集成和整合的平台，具有多屏互動、即時評論、文獻分享、學者音視頻、學術社區等功能。隨著包括虛擬現實在內的新技術增多和成熟，新新媒介的多元互動性會不斷增強，新平台有可能給用戶帶來更接近“面對面交流”的新型體驗。

值得注意的是，紐科姆（Newcomb）和赫斯基（Hirsch）提出了一種文化論壇模式

(a cultural forum model of communication)。他們認為可以把影響廣泛的媒介看作是一個論壇，亦即古典意義上對於共同關注的事情發表意見與開展討論的場所。^②與此類似，哈貝馬斯也曾將公共領域設想為一種理想形式的論壇。儘管不是一種大眾傳媒，新型學術平台同樣可以成為一個專業性的在線學術論壇。在這個論壇中，人們如何參與到討論之中，在討論中信息是如何傳遞的，都饒有意義。同行專家圍繞共同關心的話題不斷匯集，他們都會更加容易地接觸到此前零散的問題和關注這些問題的人，“在網絡化的公共空間中，這種彼此之間的聯繫通過比較的議程和模式得以強化”。^③如果能夠藉助在線交流、視頻對話，甚至人工智能領域的虛擬現實（VR）、增強現實（AR）、混合現實（MR）等新型互動手段，形成類似於“面對面”的學術交流空間，形成一個個永不落幕的學術論壇，則有可能對學術生態發生積極的影響，甚或促進學術共同體的形成。

六、生產者與消費者合體

在印刷媒介時代，學術期刊由於受眾面狹窄，甚至因讀者群與作者群高度重合，而被嘲諷為自娛自樂，在本身具有大眾媒介傾向的印刷媒介中處境尷尬。然而，在新新媒介時代，學術期刊這種邊緣化的尷尬處境反而有了翻轉的希望。在印刷媒介時代，“讀者就是作者”似乎暗含著一種傳播上的失敗，在市場化的媒介競爭中難免被邊緣化甚至被淘汰。但對新新媒介而言，“讀者就是作者”恰恰與新型平台“生產者又是消費者”的邏輯相吻合，似乎不再是一種劣勢，而是趕上了新潮流，作者、讀者和編者，在新平台上可以各盡所能，各安其所。

“平台”如今已經成為人們頻頻使用的字眼，似乎已經無需解釋就可以理解。在工業化時代的流水線模式中，企業負責生產有價值的產品，然後通過各種渠道送到消費者那裡；印刷媒介的傳播也是採取同樣的線性模式。互聯網時代，傳統的商品和意義的生產、傳播、消費模式發生了重大的變化，這為平台提供了前所未有的契機，逐漸成為互聯網時代的主導模式。所謂平台，通常是指為合作者和用戶提供的交流與合作的環境，平台本身不生產產品，但可以促進參與者的生產和交易。大多數網站其實都不是平台，而 Facebook、Youtube、Wechat 是平台。網絡時代的平台有很多新的特性，如：平台並不生產具體的產品，而是負責提供一種由軟硬件支撐的虛擬環境，使得不在同一空間位置的人們可以在這裡彼此交流、合作、創造和分享；原本在交易中起到關鍵作用的中間環節被平台的功能性設計所代替，供需雙方可以直接交易；在內容的生成方式上，UGC(使用者生成內容)成為趨勢。

麥克盧漢曾經預言：“在電速條件下，消費者變成生產者，因為公眾成了參與式角色的遊戲人。”^④早在 1980 年，托夫勒（Alvin Toffler）就在《第三次浪潮》（*The Third Wave*）中描述了“生產消費者”（prosumer）。^⑤生產者與消費者合一，使用者生成內容，這些互聯網時代的新特徵，恰恰與學術自身的邏輯不謀而合。一般而言，學者都是身兼知識生產者和知識消費者兩種角色，而學術的生產和消費傾向於在學術界內部形成循環。在今天的許多網絡平台上，消費者與生產者合一已經成為事實。儘管還存在 UGC 和 PGC（專業生產內容）、OGC（職業生產內容）哪個更重要的論爭，但 UGC 在平台上的主流地位已經越來越清晰。PGC 和 OGC 的分野在於是否領取報酬，OGC 屬於職務行為，而 PGC 是出於“愛好”而貢獻知識形成內容。目前，各大新聞網站主要採用 OGC 方式，由僱員創造或從外部購買內容；而平台一般採用 UGC 和 PGC 方式，較少採用 OGC 方式。PGC 和 UGC 都是義務性地製造內容，其區別在於，PGC 在該領域具有一定的

知識和資歷，能創造高質量的內容。從根本上來看，PGC也是UGC中的一部分，只是他們憑藉其專業性而獲得了主流話語權。

新型學術平台上的學者，既是PGC也是UGC，既專業又不吝於分享，他們創造的內容不僅是在線發表的論文，還包括評論與互動中的吉光片羽。開放、自由、協作、分享等互聯網精神，其實也是學術應有的品格。學術期刊編輯部因為過於分散而很難形成共同的規則和標準，在新學術平台上，將建立一套公正透明的投審稿和評價監督機制，這既可以給作者發表作品帶來極大的便利，又能避免中介與個別編輯部的暗箱操作，或許可以對學術出版環境起到優化的作用。

期刊編輯部是傳統學術出版的中間環節，中間環節最小化是互聯網發展的趨勢，以往學者要經由編輯們的認證才能逐漸獲取專家的地位，而今後的在線平台上或許有越來越多UGC可以繞過編輯，憑作品的質量直接取得話語權，這也是對編輯這一職業的挑戰。但學術編輯在新平台上仍然有著特別的價值，在信息過剩的學術平台上，他們將繼續扮演學術守門人的傳統角色。這其實也是一種PGC，其創造體現在對內容的篩選、排列和挖掘之中。新新媒介將一切信息渠道整合並開放，信息過載也成了嚴重的問題，因而“在今天的媒介環境中，篩選幾乎就是一種生存技能”。^{②8}綜而言之，筆者對於編輯這一職業的未來前景保持謹慎樂觀的態度，但未來究竟會怎樣，還要靠編輯們的主觀努力。^{②9}

結 語

新新媒介的興起，在思維和技術上給新型學術平台的構建帶來了啟示和契機。一些在印刷媒介時代失落的價值，在媒介變革中又有了復興的希望，特別是學術交流這一被學術期刊忽視的功能，有可能藉助新平台的推動重返學術活動的中心，並顯現出新的生機與活力。筆者並非技術決定論者，因為社會、經濟、文化等力量都有可能改變技術發展的進路，不能脫離人的因素孤立地看待技術。媒介變革為學術出版和學術研究帶來了種種可能性，但要經過許多人為的選擇、努力乃至博弈，才有可能構建一個良性的新型學術平台，並對整個學術生態產生正向的作用。

早在2011年，部分高校學報就聯合創辦了在中國知網在線開放獲取的“中國高校系列專業期刊”，目前已經創辦了12個專業期刊和7個專題期刊，加盟的學術期刊約有140家。2015年初，在“中國高校系列專業期刊”數年實踐的基礎上，中國學術期刊界提出了一種新的期刊數字化思路，即在開放互動的平台上進行以“專欄”為基本單元的學術傳播，並著手與數字服務商合作開發基於這一理念的“域出版”學術平台。^{③0}按照設計者的描述，在“域出版”平台上，全球各地的學術用戶可以開放地發表或獲取學術論文，彼此間自由地進行交流互動；學術期刊編輯則對進入平台的學術論文進行篩選、分類、推送，並分析學術趨勢、物色作者、組織稿件、策劃專題和學術活動。如果說“中國高校系列專業期刊”是中國學術期刊界從期刊數字化角度發起的一場自救運動，“域出版”則是從新新媒介的特點出發，對於新型學術平台的重新規劃。

“中國高校系列專業期刊”和“域出版”在期刊界的認知度越來越高，但實踐層面的推進則相對滯緩。新型學術平台的建構仍是一項未竟的工程，需要各方共同努力來成就。令人欣慰的是，最近“中國高校系列專業期刊”已經著手開發升級版和移動端，向新型學術平台的方向邁進，“域出版”的合作方也表現出更為積極的姿態。在這樣一個學術平台轉型的重要時刻，期刊界同仁應當從媒介變革的高度作更深入的思考和討論，積極推進新型學術平台的實踐，為學術出版爭取更美好的未來。

- ①參見 M. Douglas, *How Institutions Think*, London: Routledge, 1987。
- ②彼得斯：《交流的無奈——傳播思想史》，何道寬譯，北京：華夏出版社，2003年，第70頁。
- ③法國的《學者雜誌》和英國的皇家學會《哲學會刊》均誕生於1665年，通常被視為學術期刊誕生的標誌。參見原祖傑：《交流與對話：學術期刊一個被忽視的基本功能》，澳門：《澳門理工學報》，2016年第2期。
- ④⑧原祖傑：《交流與對話：學術期刊一個被忽視的基本功能》，澳門：《澳門理工學報》，2016年第2期。
- ⑤參見本雅明：《機械複製時代的藝術作品》，王才勇譯，杭州：浙江攝影出版社，2002年。
- ⑥參見 H. A. Innis, *The Bias of Communication*, Toronto: University of Toronto Press, 1951。
- ⑦參見《柏拉圖文藝對話集》，朱光潛譯，北京：人民文學出版社，1963年，第170~172頁。
- ⑨參見 Marshall McLuhan, *Understanding media: the extensions of man*, New York: McGraw-Hill, 1964; Joshua Meyrowitz, *Medium Theory*, in D. Crowley & D. Mitchell (eds.), *Communication Theory Today*, Cambridge: Polity Press, 1994。
- ⑩⑪⑫克勞斯·布魯恩·廷森：《媒介融合：網絡傳播、大眾傳播和人際傳播的三重維度》，劉君譯，上海：復旦大學出版社，2015年，第73、55、119頁。
- ⑬Alan Kay & Adele Goldberg, *Personal Dynamic Media*, In P.A. Mayer (ed.), *Computer Media and Communication: A Reader*, Oxford: Oxford University Press, pp.111-119。
- ⑭Antony Mayfield, *What is social Media*, icrossing.co.uk/ebooks。
- ⑮維基百科, <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8C%96%E5%AA%92%E4%BD%93>
- ⑯Andreas M. Kaplan, Haenlein Michael, *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, *Business Horizons*, 53 (1), 2010, p.61。
- ⑰文學理論家斯坦利·費什有一本書的名字就叫做《課堂裡有文本嗎?》參見 S. Fish, *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge: Harvard University Press, 1979。
- ⑱ C. S. Peirce, *Collected Papers(2)*, Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958, p.228。
- ⑲ C. S. Peirce, *Collected Papers(5)*, p.265。
- ⑳參見 K. R. Popper, *Objective Knowledge: An Evolutionary Approach*, London: Oxford University Press, 1972, p.106。
- ㉑尤爾根·哈貝馬斯：《交往行為理論》第一卷，曹衛東譯，上海：上海人民出版社，2004年。
- ㉒巴赫金：《詩學與訪談》，石家莊：河北教育出版社，1998年，第340頁。
- ㉓參見 Julia Kristeva, *Revolution in Poetic*, New York: Columbia University Press, 1984。
- ㉔參見 J. Fiske, *Television Culture*, London: Methuen, 1987。
- ㉕H. Newcomb & P. Hirsch, *Television as a Cultural Forum: Implications for Research*, *Quarterly Review of Film Studies*, 8 (3), 1983, pp.45-55。
- ㉖羅伯特·洛根：《理解新媒介——延伸麥克盧漢》，何道寬譯，上海：復旦大學出版社，2012年，第37頁。
- ㉗A. Toffler, *The Third Wave*, New York: Bantam, 1981, p.11。
- ㉘庫爾德利：《媒介、社會與世界：社會理論與數字媒介實踐》，何道寬譯，上海：復旦大學出版社，2014年，第56頁。
- ㉙參見桑海：《學術編輯：學術傳播新模式的靈魂——以“中國高校系列專業期刊”和“域出版學術平台”為例》，北京：《傳媒》，2016年第19期。
- ㉚參見朱劍：《構建互聯網時代學術傳播的新秩序——以高校學術期刊發展戰略為中心》，武漢：《武漢大學學報》，2016年第2期；朱劍：《域出版：傳播秩序的重構》，澳門：《澳門理工學報》，2017年第1期；仲偉民：《域出版助學術期刊走向真正的媒體融合之路》，澳門：《澳門理工學報》，2017年第1期；桑海：《我們需要什麼樣的線上學術平台——“中國高校系列專業期刊”之未來構想》，南京：《南京大學學報》，2015年第3期；桑海：《新新媒介時代的學術平台——以域出版為中心》，澳門：《澳門理工學報》，2017年第1期。
- 作者簡介：**桑海，澳門理工學院講師，《澳門理工學報》編輯，博士。

[責任編輯 劉澤生]