

# 接受美学视角下学术期刊编辑的读者意识

蒋学东

(中南大学《铁道科学与工程学报》编辑部,湖南长沙410075)

**摘要:**接受美学为学术期刊编辑研究提供了一个新的视角,学术期刊编辑在对文本进行二次选择加工时应以读者为中心,重点关注读者的期待视野和审美经验。只有把握好了文本创作的动机因素和文本交流的接受动机,学术期刊编辑才能搭建好作者与读者的沟通桥梁,进而引导文本作者的创作,达到学术期刊整体质量螺旋式上升的最终目标。

**关键词:**学术期刊编辑;接受美学;期待视野;接受动机

**中图分类号:**G232.2      **文献标志码:**A      **文章编号:**1674-5884(2014)01-0172-03

编辑作为作者与现实读者之间的桥梁,其活动既针对作者,又指向读者。一方面,编辑必须对作者的作品进行选择加工,成为作品的第二作者;另一方面,编辑在对作品或文本进行选择、加工时必须考虑到读者的基本状况,尽量保证作品的召唤结构(也就是“潜在在文本或作品中的一个多层面的未定的图式结构”<sup>[1]</sup>)能够最大限度地满足读者的期待视野与审美经验,这样才能让文本或作品作用于读者,编辑的二次加工才能真正有成效。因此,编辑应活跃于作者和读者之间,以作者为文本源,以读者为受动者,积极服务于读者的文本生成和意义建构,关注读者的接受心理,才能真正创造学术期刊的生命内动力和价值。

那么,读者对学术期刊文本的接受和学术期刊文本价值的形成究竟有多大的联系?如何才能更好地实现文本的文化价值?接受美学理论对学术期刊的编辑活动有着重要的启发和指导作用。

## 1 接受美学视角下学术期刊编辑读者意识的意义

源于阅读现象学和阐释学的接受美学理论,是20世纪六七十年代在联邦德国出现的一种文学理论思潮。它以读者的文学接受为旨归,具体研究读者在作品接受过程中的一系列影响因素和规律,以读者为中心是它的基本特征之一。接受美学认为:在文本的解读过程中,读者占有极其重要的中心地位。读者对文本的具体理解和领悟是文本意义的源泉,而未定性的文本只不过是承载可能意义的载体。读者不仅是批评者,而且还是作者。因为,“阅读与批评,本身就是一种创造和再生产”<sup>[2]</sup>。对于

不同的读者,一个文本绝不可能只存在一种意义,文本的真正价值存在于永无止境的读者的解读和应用之中。期刊编辑作为联系作者与读者的中介,具有导播和导读的双重文化功能,其中最重要的一环就是选择优秀文本。因而期刊编辑在选择文本时,应坚持以读者为中心的理念,这对文本的文化价值传承具有深刻的历史和现实意义。

## 2 接受美学视角下学术期刊编辑读者意识形成的过程

### 2.1 着重研究读者,关注读者的期待视野和审美经验,致力于学术期刊的专业性、引领性,为读者指引方向、答疑解惑、归类汇总

接受美学家姚斯认为:“对一篇文本的阅读阐释可分为三个阶段:初级的审美感觉阅读视野、二级的反思性阐释阅读视野和三级的历史的阅读视野,即视野的重建。”<sup>[3]397-399</sup>

这三个阶段中,初级阅读的期待视野(即感觉阅读的期待视野)是一切其他阅读的基础;反思性阐释阅读视野则是将一种特殊的意义具体化,甚至成为对某种暗隐的问题的回答;而历史的阅读视野则是将“文本说什么”变成了“文本对我说什么,我对文本说什么”的双向作用,从而重新建构新的期待视野。

学术期刊的编辑只有明了读者的初级审美感觉视野,并在此基础上慎重选择文本,以有效引导文本作者满足作品的反思性阐释阅读视野要求,争取读者与作者的共鸣,并逐步过渡升级到期待视野的重建,学术期刊中才会有更多的争鸣、商榷与讨论,专业领域的百家争鸣、百

花齐放才会让学术期刊本身具有强大的生命力和内部改革动力,才会让学术期刊真正具有专业性、引领性。只有以读者的期待视野为基础,并为读者在专业领域方面指引方向、答疑解惑、归类汇总,学术期刊的各个文本或作品才会有实现其真实意义的文本价值的可能。

## 2.2 关注学术期刊专业领域的研究动向,了解研究动态中的“空白”和“未定性”,注重期刊文本的效应研究,合理规划期刊的整体召唤结构

伊瑟尔是接受美学效应研究的代表人物。他认为,“文本应当被视作为一个复杂的自我实现过程。”<sup>[4]233-235</sup>同样,学术期刊中的文本也会经历作者对世界的关照、读者或编者的选择组合的方式、编者的审美经验决策、读者的审美经验和阅读活动中意义重构等多个复杂的自我实现过程。

读者对学术期刊文本的前理解与文本本身作用于读者的预期所产生的读者对文本的期待与情感态度更新,实质上一直处于不断建立与改变的动态过程。所以说,读者既定的期待视野和读者与文本之间的审美距离是客观存在的。在了解读者的审美定位后,学术期刊编辑就要充分把握好这种尺度,使读者与文本之间保持适中的审美距离,从而让读者能够愉悦顺畅地进入与文本的交流。如果文本的“召唤结构”(即“空白”和“未定性”)低于读者的知识结构,文本将不能满足读者的期待视野,更不能带来读者期待视野的转换;如果文本召唤结构远远高于读者的期待视野,也会很大程度上降低读者的参与意愿,读者就有可能退出这种活动。这样,学术期刊则无法实现它的社会效益。正因为这种美学距离的把握十分困难,所以学术期刊编辑应该具备较为完整的知识结构和较强的读者期待视野预见能力。对每一种学术期刊而言,编辑都不可能使它适应每一位读者,所以在实践中编辑必须依据“隐在读者”的期待视野来调控“第一文本”。学术期刊编辑应该努力站在文本与读者交流的两极来想象文本能在多大程度上弥补文本与读者相互间缺乏的“空白”。只有努力达到每一次读者对文本的“空白”和“未定性”的有效填充,才会在一定程度上改变其先前的接受经验,进而形成“视野”的变化,从而引发读者对期刊文本的共鸣、异议甚至是争议,学术期刊编辑才能不断为期刊文本的效应研究提供新一层次的素材,从而进一步合理规划并根据读者效应调整学术期刊文本的整体性召唤结构,形成学术期刊自身的学术领域特色,保证学术期刊的专业性、引领性,甚至有效带动学术研究,加快学术研究的步伐。

## 2.3 把握好文本创作的动机因素和文本交流接受动机,搭建作者与读者的沟通桥梁

汉斯认为:从文本生产者的角度来考察文本交流,一方面,文本交流要考虑到文本作为行动者的主体意识或交流活动中的主体活动,即作者意图的体现,是文本生产者的目的动机;另一方面,交流文本的生产一方的原因动

机也是文本召唤结构存在的客观载体,它更多考虑到历史和社会层次的问题,这一动机形成的召唤结构是一种只能在特定历史社会层次中实现的结构。这些结构使主体(作者)对意义或效果的追求合理化,它决定着作品的形式和内容。

文本交流的另一方面是接受者这一方。读者的接受活动与文本的创作一样,也是一种社会性的能动创造过程。因而,与创作中的能动性相呼应,接受活动中实质上也有着接受主体的目的动机和由接受者所处的社会历史状况所制约的原因动机。所以,学术期刊编辑在规划期刊研究方向、甄选稿件时,必须适度考虑文本作者的目的动机与原因动机,并充分考虑到读者在接受活动过程中的能动性和创造性,从而有效引导学术期刊文本以现实研究状况为基础,并通过自身的文本选择与加工实现读者与作者的交互作用,从而达到学术期刊质量的螺旋式上升。

在接受美学家们看来,一部作品在历史、社会的各种不同背景里会有各种不同的意义结构。这一意义结构包含两个方面:一是由文本表达出来而由作者赋予的意义,用代码 A (Author) 来表示,一是由接受者(读者、批评家)所领悟、所赋予的意义,用代码 R (Reader) 来表示,将意义结构用 S (Structure) 来表示,则得到公式  $S = A + R$ 。然而在实际生活中,因为文本和作者两方面的原因,接受者对作品的理解实际上是各不相同的。可视作恒量的 A 实际上因为读者探寻活动的不同角度和目的而呈现出  $(0 \sim A)$  的无限多种可能。变量 R 的变化范围也是异常广阔的,也即 R 变量  $= R - \infty \sim R \infty$ ,所以现实意义上的 S 等式为  $S = (0 \sim A) + (R - \infty \sim R \infty)$ <sup>[5]191-192</sup>。学术期刊文本若超出读者的前理解状况,文本就会因晦涩难懂而导致“空白”过多,最后出现文本价值无法实现的情况。同理,文本若与读者的期待视野之间缺乏客观距离,则无法实现读者期待视野的重新架构引领作用,最后导致期刊质量流于平庸。所以,学术期刊编辑在搭建作者与读者桥梁时,应较好地把握意义结构公式中 A 常量的真实体现和 R 变量的变化范围,从而将文本的意义建构控制在文本作者与文本读者均能较好地接受的范围之内,通过稳定增加 A 常量,尽量降低 R 变量,扩大对读者群的影响,使学术期刊与作者、读者实现同步发展与进步。

## 3 接受美学视角下期刊编辑读者意识的实现途径

### 3.1 了解读者的接受动机,定位期刊的选稿宗旨

接受美学认为:对一部文本的评价应和文本对具体读者或具体读者群的具体环境的意义联系起来。只有在同确定价值的主体发生关系时,价值才有可能存在于进行评价的接受当中<sup>[6]</sup>。对于学术期刊整体及其文本而言,情景也同样如此。所以,学术期刊的编辑为提升期刊质量,保证期刊价值,就必然将期刊与其具体读者或读者

群联系起来,认真了解预设读者群期待视野的基本状况与变化调整方向,把握学术研究动态方向和前沿思想,将作者的目的动机、历史动机与读者的接受动机完美地结合起来,让期刊中的文本成为读者新的期待视野重构的激发点或触突,从而由读者或读者群的效应反应和评价接受状况来实现期刊真正意义上的价值。

所以,一方面,学术期刊编辑作为第一读者,应大面积了解读者群的接受动机,并真正代表读者把好审稿关,以读者的整体期待视野为稿件甄选的基本依据,控制好审美距离,为期刊的可持续发展把握好方向,确定合理的、科学的、具有前瞻性的选稿原则,为期刊的引领性、前沿性奠定坚实的基础。另一方面,编辑作为文本的隐含创作者和第一读者,在稿件修改、期刊整体编刊过程中,也应充分考虑到作者的目的动机与历史动机,并将其与读者的接受动机紧密结合起来,为期刊文本的理想价值的实现做好铺垫工作。

### 3.2 批评与欣赏并存,保证期刊的源头活水

学术期刊编辑不仅是各文本的裁夺者,亦是各文本的召唤者与征集者。学术期刊在现实意义层面上的意义建构与价值公式  $S = A + R$  表明:A (Author) 作为一个常量,是客观存在于文本的意义建构过程中的,其价值直观表现为学术期刊特色领域中引领性人物和学术泰斗在这一领域的召唤力量与集结命令。所以,学术期刊若想在某一领域中表现出较强的特色,A 值的重点考虑是毋庸置疑的。同时,变量 R 值对于常量 A 值的增强与削弱作用也在很大程度上影响到学术期刊的读者反应状况,并直接表现为各文本的被引用状况和期刊的影响因子数据。只有当编辑以科学和发展的眼光规划学术期刊的选稿原则和研究方向,尽量增大 A 值,减少 R 的负值,并以欣赏和批评并举的方式合情合理地引导文本作者的思考与创作方向,学术期刊才会保持源头活水滚滚来的良好

发展态势。

## 4 结 语

学术期刊作为一种特殊的文本存在形式,其现实意义上的价值体现在读者的反应当中。学术期刊编辑只有充分考虑读者的期待视野与接受动机,有效引导文本作者的创作,使文本创作既符合读者的前理解,又能在一定程度上留有“空白”和“未定性”,实现有效召唤,才能激发读者阅读过程中期待视野的重建与前理解的螺旋式上升<sup>[7]</sup>。学术期刊编辑只有在提供文本作者对世界关照平台的同时,积极引领学术期刊的特色领域研究向纵深、宽广处发展,才能有效实现学术期刊的现实价值,保证和提高学术期刊品味。

## 参考文献:

- [1] 贺香梅,唐林轩,宋耕.从接受美学角度看期刊编辑的审稿[J].云梦学刊,2009(5):148-150.
- [2] 江舟群.从接受美学看期刊编辑的角色定位[J].出版发行研究,2009(3):66-67.
- [3] 姚斯 H R,霍拉勃 R C.接受美学与接受理论[M].周宁,金元浦,译.沈阳:辽宁人民出版社,1987.
- [4] 伊瑟尔.阅读活动——审美反应理论[M].北京:中国社会科学出版社,1991.
- [5] 金元浦.接受反应文论[M].济南:山东教育出版社,1998.
- [6] 彭宇.试论编辑活动中的“对话”关系——一种接受美学的视角[J].新闻传播,2011(11):116-117.
- [7] 李曙豪.接受美学视野中的读者接受心理[J].编辑之友,2004(6):38-39.

(责任校对 郭源君)