

## 消費文化與中國藥商<sup>\*</sup>

Sherman Cochran, *Chinese Medicine Men: Consumer Culture in China and Southeast Asia.*

Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2006. 242pp.

張 寧<sup>\*\*</sup>

全球性消費模式在二十世紀末迅速成形，引起社會學家及人類學家的關注，並開始分析消費文化形成的原因。大體而言，可分為兩類理論：一派受到「依賴理論」的影響，將消費文化形成的關鍵指向西方跨國公司，指跨國公司透過行銷，將西方消費內容及消費模式擴散至世界各地，於是非西方國家只能被動接受。因此消費文化的形成是一種從西方到非西方、由上而下的過程。另一派則根據田野調查的結果，將此關鍵指向消費者，強調消費者本身的自主性；指消費者會在接受西方商品後，將其所代表的意義重新定義，最後形塑出自己想要的消費文化。因此，消費文化形成的過程是一種由下對上的重新脈絡化。這兩派看法觀點各異，毫無交集，令人不禁懷疑，當代的消費文化究竟是因全球化而更齊一？還是因地化而更多元？

高家龍(Sherman Cochran)便是在這種情況下，決定加入這場論戰。社會學家與人類學家的關心焦點在目前，高家龍則試圖從歷史發展中，追溯消費文化的根源。由於在各行各業中，藥房與藥廠為推銷其成藥，經常率先利用

\* 本文撰寫期間，蒙巫仁恕與連玲玲兩位教授，提供諮詢與協助，特在此致謝。

\*\* 中央研究院近代史研究所副研究員

各種媒體，大力促銷，可稱得上是近代推動大眾消費的先驅。因此，高家龍決定以藥業為其研究重心，檢視消費文化在近代中國形成的過程。

書名《中國藥商》(Chinese Medicine Men)乍看之下，可能會給人錯覺，以為談的是中藥(Chinese medicine)，其實應由「藥商」(Medicine men)兩字一窺端倪，探討的是在中國或海外的藥業經營者。全書涵蓋面甚廣，除了百年老字號的中藥舖（如北京同仁堂），更有民國時期才大量出現的西藥房（如上海的中法與五洲兩藥房）與西式藥廠（如上海新亞製藥廠）；此外，還有以萬金油聞名、行銷遍及東南亞的虎標永安堂。全書即由這五個案例組成，每一章討論一個企業家，檢視他如何利用廣告手法，打響商號的知名度、推銷其產品、爭取消費者的信心，同時與政商各界廣結善緣，甚至在對日抗戰時期，仍能越過封鎖線，維持企業擴張。

高家龍利用這些個案，與專治大眾消費的學者進行對話。他指出，在消費文化形成的過程中，除了西方跨國公司及本地消費者外，還有第三種決定性的角色，就是位於這兩者之間的在地企業家及其銷售網。這些企業家與西方跨國公司無關，卻能以生動的廣告手法，推銷「西式的」消費；他們透過其分行經理、聯號負責人、鄉鎮店主，以及挨家挨戶推銷的挑販，將新式的消費模式及產品，有效地傳送至消費者；而且在行銷過程中，每一層的傳送者，都有機會對其商店形象、商品內容及廣告術語，作進一步的「在地化」詮釋，以符合消費者的需求。高家龍認為，既然消費文化的傳播包含近代各式文化中的各種人群，消費文化出現的時間，就應該向上推至二十世紀上半葉；在地域方面，除歐美外，也需納入中國及東南亞，一併考量。

高家龍從歷史學的角度，補社會學家與人類學家在消費文化研究方面的不足，用心值得肯定。我們知道，過去十多年來，受到消費文化興起的影響，研究中國史的學者已開始留心此問題，例如 Karl Gerth 不久前出版的《中國製》(China Made)一書，就是討論二十世紀上半葉消費文化與國家建構間的關係。然而，除二十世紀外，歷史學更多的研究成果集中於十七世紀左右的明

清時期，當時已有明顯講求時尚、品味、鼓勵消費等情形出現。不過，研究這兩個時段的學者，無論其所關心的議題，乃至對消費文化的定義，看法都不盡相同，彼此尚未形成共識。如何將二十世紀民國時期的消費文化與十七世紀明清之際的消費文化之間，做出連結或比較，尚有待後人努力。

高家龍是中國企業史研究的先驅，也是美國康乃爾大學歷史系的胡適講座教授，早在 1980 年，中國大陸檔案還鮮少對外人開放時，他便出版了有關企業史的第一本專書《中國的大企業》(*Big Business in China*)，討論英美煙草公司與其在華最大對手南洋兄弟煙草公司間的商業競爭；<sup>1</sup>他於 2000 年又出版第二本專著《大公司與關係網》(*Encountering Chinese Networks*)，同時分析美商、日商、華商等個案，藉以比較不同國籍大公司的關係網。<sup>2</sup>本書為他第三本力作，由於長期浸淫於企業研究，高家龍討論的雖是消費文化，但其觀察點與一般文化史研究者略有不同，他的重心在企業主，尤其擅長分析企業主的生長背景、人脈關係，以及行銷策略。

本書最大的特色在於人物故事精彩，可讀性極高。看同仁堂如何在一把大火燒盡家產，數代之後，又以老舖傳人的身分，重振家業；看中法大藥房的創辦人黃楚九，如何由一個在酒館茶肆叫賣眼藥的小青年平地崛起，一躍而名列上海「三個半滑頭」；看新亞藥廠創始人許冠群，如何在對日抗戰時期，仍左右逢源，路路皆通，最後建立起一個橫跨製藥、血清、疫苗、醫療器材的企業王國；又看虎標永安堂的主持人胡文虎，如何利用虎標在東南亞不同文化中的意象，成功地推銷其產品。這些故事，本身即引人入勝，加上作者擅於用簡單的文字陳述複雜的理論，同時旁徵博引，將過去半個世紀以來西方漢學研究的成果，不露痕迹地融入文中，讓讀者彷彿看到一座金字塔，一層一層地向上堆砌，見證數代漢學家為更深刻地瞭解近代中國所做的努力。

<sup>1</sup> Sherman Cochran, *Big Business in China: Sino-Foreign Rivalry in the Cigarette Industry, 1890-1930* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1980).

<sup>2</sup> Sherman Cochran, *Encountering Chinese Networks: Western, Japanese, and Chinese Corporations in China, 1880-1937* (Berkeley: University of California Press, 2000).

然而，為求故事流暢易讀，作者有時不免犧牲史家對材料應有的戒心，導致採用太過戲劇化的陳述，而顯得言過其實。這一點在描述中法大藥房創始人黃楚九時，尤其明顯。作者將黃楚九描繪成一個深諳男性消費者對女性身體渴望的行銷者，率先挖掘畫師鄭曼陀、杭穉英等人，為其繪製酥胸半露、巧笑倩兮的月份牌，作為推銷藥品的利器；作者甚至以小說家的筆法，將黃楚九初見鄭曼陀的欣喜之情、對鄭、杭二人的知遇之恩，言之鑿鑿，躍然紙上；但從現有資料看來，黃楚九與鄭曼陀、杭穉英的關係，其實並不那麼確定。

其次，對 1930 年前後的上海西藥業而言，其實是個改朝換代的時代，重要的藥業先驅黃楚九與項松茂分別在 1931 及 1932 年過世，前者麾下的中法與中西兩藥房分別由其女婿許曉初及醫師周邦俊接手，後者的五洲藥房，則由其子項繩武接辦。史家在研究企業史時，經常忽視第二代企業家對企業所做的貢獻，本書也是如此。作者可能是為求故事的流暢易讀，人物不致太過紛雜，故全力著墨於創業者，對第二代企業家一筆帶過。例如項繩武接手五洲藥房後，採取多項措施，提高獲利率，並在上海福州路總店舊址上，大手筆地翻造重建十層高的堂皇新廈「五洲大樓」。高家龍在書中，曾以五洲優異的銷售成績及這座「五洲大樓」，作為當時五洲為西藥業之冠的證據，但這些成績，至少有一半要歸功於項繩武，而作者在書中卻對兒子的貢獻毫無分析，將功績悉數籠罩在父親的光環之下。

另外，作者認為消費文化，廣告極為重要；而廣告的範圍不僅限於報章雜誌，還包括招牌、看板、包裝、海報、月份牌、宣傳車、店鋪門面等，而廣告的視覺效果更是吸引消費者決定是否購買的關鍵，因此它的式樣、圖像、用字、色彩都與消費心理息息相關；可以說：沒有廣告，便沒有消費文化。因此高家龍在每一個案例，都花了相當篇幅分析廣告，他強調圖像在廣告中的重要性，也一再指出上海印刷技術進步，畫師技巧高超；可惜本書所提供的圖像相當有限，不僅全為黑白，大部份的翻拍品質也不夠好，很難與作者

的論述相輝映。由於圖像數量的不足與圖像的品質不佳，讀者還是得依賴文字想像，體會作者所描述的視覺感受。此一缺失對政治史或經濟史的專書而言，只算美中不足，但對廣告佔重要地位的消費文化史來說，就不僅僅只是可惜而已了。

筆者認為全書對近代史研究的貢獻有二：其一是對消費文化論爭的補充，其二則是對近代中國藥業的鋪陳。作者的個案橫跨了中藥、西藥，也同時觸及成藥與處方藥；討論的地域亦不止中國，還擴及東南亞，彷彿藥材被橫切成一片片，讓我們一窺藥業複雜多變的世界。作者雖提供了一個橫跨半世紀中國藥業的大圖像，但其中仍有諸多問題待解決，包括如何將民國時期的消費文化與明清之際消費社會的研究相連結、如何更詳細地分析近代中國從中藥全面轉向西藥的過程、如何進一步解釋今日用藥習慣形成的原因等。

藥品與現代生活密切相關，我們早已脫離有病才吃藥的年代，使用的藥品也來自世界各地，如果你曾經疑惑，這個情形從什麼時候開始？我們父母、祖父母或曾祖父母時代，又如何用藥？用的是中藥還是西藥？不妨看看這本《中國藥商》。

Kai-Wing Chow, *Publishing, Culture, and Power  
in Early Modern China.*

Stanford: Stanford University Press, 2004. xv + 397pp.

謝柏暉\*

西方書籍史研究在 1980 年代興起以來，已成重要課題。其焦點從以往關注印刷技術和書籍流通的研究取向，轉向社會史和文化史的層面，著重觀念如何透過印刷傳播，以及印刷文字如何對人們的思想和行為造成影響。<sup>1</sup>而中國書籍史的研究也在西方新觀點的啟發下，從技術層面轉向文化史的研究取向，開始關注印刷文字對人們的思想、態度以及生活方式的影響。近年來有關中國書籍史的研究頗受西方學界關注，研究成果不斷推陳出新，如期刊 *Late Imperial China* 於 1996 年出版了「明清時期出版與印刷文化」(“Publishing and the Print Culture in Late Imperial China”)專號，收錄了周啓榮(Kai-Wing Chow)、賈晉珠(Lucille Chia)、卜正民(Timothy Brook)、包筠雅(Cynthia Joanne Brokaw)等學者有關此方面的著作。而賈晉珠在 2002 年出版的《出版營利：11-17 世紀福建建陽的出版商》[*Printing for Profit: The Commercial Publishers of Jianyang, Fujian (11<sup>th</sup>-17<sup>th</sup> Centuries)*](Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002)]，與周啓榮在 2004 年出版的《近代中國早期的出版、文化與權力》[*Publishing, Culture, and Power in Early Modern China* (Stanford: Stanford

\* 國立臺灣師範大學歷史研究所碩士班研究生

<sup>1</sup> Robert Darnton, “What Is the History of Books,” in Robert Darnton, *The Kiss of Lamourette* (New York and London: Norton & company, 1990), p. 107.

University Press, 2004)]，以及 2005 年周啓榮和包筠雅合編的《明清中國的印刷與書籍文化》[*Printing and Book Culture in Late Imperial China* (Berkeley: University of California Press, 2005)]則是西方中國書籍史研究的最新力作。因此，中國書籍文化史的研究在近年的美國漢學界可說已經成為一個重要課題。

在上述的這些新作之中，本文所評周啓榮的《近代中國早期的出版、文化與權力》可說是最新且最重要的一本書。全書除導讀和結論外，共分五章，以下即就各章內容作簡要的介紹。

(一) 「書籍的生產成本與書價」：在本章中，作者的目的有四：其一，釐清過去有關明末書價昂貴的錯誤認知。作者透過對印刷方法、原料成本、書籍價格等方面與西方研究成果進行比較，以釐清長期以來對明末書籍價格昂貴和社會發展停滯的誤解。其二，是明末書籍因應大量生產的需求而出現的標準化現象，主要表現在為了降低成本而採用容易雕刻且不佔版面空間的「匠體」，以及竹紙的使用上，此外還有書籍大小及形式(style)的標準化（頁 27）。其三是字體的分化，即在序和評註的部份不用匠體而用書寫體，從而使得書籍作者的獨特性得以顯現，序和評註作為「附本」(paratext)，<sup>2</sup>在空間安排和意義上因此就超越了正文（頁 27）。其四是紙在明末中國，至少在江南地區日常生活中已極具重要性，如普遍使用室內擺設的紙花、壁紙、信紙、邀請卡等等（頁 30-31）。

(二) 「中國書籍與晚明出版業」：本章的重點有三：一是透過比較中國雕版印刷和西方活字印刷各自的優缺點，從而反駁活字印刷術優於雕版印刷術的論點（頁 58-64）。在費夫賀(Lucien Febvre)和馬爾坦(Henri-Jean Martin)的經典名著中，<sup>3</sup>活字印刷之所以無法在中國發展，乃是因為中國字體的複雜和中國人對書法藝術美感的講究（頁 58）。為反駁這種中國停滯論兼歐洲中

<sup>2</sup> “paratext”一詞一般譯做「超文本」。但經筆者斟酌，以為譯做「附本」更為簡明切義，且不會和另一個同樣譯作「超文本」的“hypertext”混淆，故試譯之。

<sup>3</sup> Lucien Febvre and Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book*, trans. David Gerard (London and New York: Verso, 1990); 中譯本：李鴻志譯，《印刷術的誕生》（台北：貓頭鷹出版社，2005）。

心史觀的看法，作者透過對明末印刷技術和印刷業運作方式詳盡的研究，分析雕版印刷術有活字印刷術不能取代的優點，並強調在中國活字印刷和雕版印刷是並存發展（頁 58-64），而西方活字印刷術中也長期兼用雕版技術（頁 61），<sup>4</sup>因此打破了活字印刷優於雕版印刷的迷思。二是說明出版商如何以廣告和包裝來吸引消費者（頁 73、75）。三是探討書籍交易與銷售(distribution)，包括銷售方式、販賣路線、出版中心以及盜版等問題（頁 77-80）。

（三）「文字的商品化、科舉與出版業」：作者在本章中的要點有三：其一，是文人的士商雙軌生涯(career)構成了知識和寫作的商品化。由於科舉錄取率偏低，許多文人在中舉人後，往往要等待數十年才得中進士（頁 200）。在此準備過程期間，為應付考試的花費及謀生的需要，許多文人往往接受富裕人士贊助、為人撰寫墓誌銘（頁 104）或擔任私人家教以維持生活。而商業出版的興起，使得許多文人得以選擇倚靠出版業維生，透過出版著作、為書籍作序、編纂科舉文集等方式賺取收入。其二，是作家的聲譽從一種象徵資本轉變成一種能夠在市場上銷售的經濟資本（頁 110），其「文名」也透過出版和書籍流通的網絡建立起來。而出版品中作家的頭銜，從列出官銜漸漸演變成不加任何官銜，即便是政府高官或狀元，也只稱「先生」、「名公」、「名家」，或直稱其名，顯示了文學領域日益增加的自主性（頁 115）。其三，是探討盜版的風險與懲罰，以及商業間諜的出現（頁 139-141），並強調這些現象反映了明末出版市場競爭的激烈。在本章結論中，作者認為儘管明代出版的勃興對當時的政治、社會和文化都造成很大的衝擊，但並未像十八世紀歐洲一樣，使得文學領域達到自主的程度（頁 145），也就是未能發展出獨立於政府之外的文壇(repUBLIC OF LETTERS)。

（四）「附本：評註、意識形態與政治」：本章的重點在於，明末商業出版如何使得科舉正統經典的評註者，得以在出版的科舉相關書籍裡，日益

<sup>4</sup> 例如，早期西方書本章節開頭精雕細琢的大寫字體是用木或金屬的刻板印刷的。參見 Lucien Febvre and Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book*, p. 46.

擴張的附本空間中，發表與官方正統意識形態不同的看法，從而使得官方對四書五經的正統詮釋遭到挑戰及顛覆。做為附本之一的評註，具有提供讀者閱讀格式(protocol)的功能（頁 156）。<sup>5</sup>在同一份經典文本中，越多種的註釋代表越多種的格式系統在閱讀過程中的介入，影響讀者生產意義的過程。明代後期科舉錄取率的下降（頁 94），使得考生面臨更大的競爭壓力，於是如何使自己的考卷有創新而能吸引考官注意的特殊觀點，便是科舉成功的關鍵。因此，在程朱正統之外尋求新的解釋，便成為考生的重要需求，出版市場上因而出現許多非正統的四書五經註釋(dissenting commentaries)。而許多明末出版的註釋更直接捨棄經典本文，將時人的註釋獨立成書（頁 173）。這個轉變看似微不足道，卻有深遠的影響，因為它代表了文本和附本從屬關係的轉換，這個轉換是一個漸進的過程。在許多明代後期出版的評註集的版面上，四書本文和朱熹註常被放在下層(lower register)，而評註者的註釋則被作為「章旨」或「新意」放在上層(upper register)（頁 167、173）。<sup>6</sup>這顯示了時人的評註在版面上重要性的提升；而評註完全從經典本文中獨立出來，則是此一轉變更進一步的發展。正如同達敦(Robert Darnton)所說的：「形式產生意義」("Shape yielded significance")。<sup>7</sup>在書本的形式(form)上，明末時人評註的地位和重要性已經超越了朱熹註和四書本文，這同時也就代表了一種文人權威的提升（頁 157、174-175）。附本論述空間的擴張，更使得明末的文人能在此一新領域中批評時政，甚至影射萬曆皇帝與民爭利，非人君之所當為。這些激進的觀念和對皇帝濫用權力的批評在評註中透過市場自由流通，反映了出版業在當時形塑「公論」的自主性（頁 182-187）。明末非正統詮釋

<sup>5</sup> protocol（閱讀格式），指的是如書籍的標題、概要、插畫等可見的符號所形成的閱讀規則，具有介入讀者閱讀過程的效果，能影響讀者對文本意義的解讀。參見 Roger Chartier, *The Order of Books* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1994), pp. 13-14.

<sup>6</sup> 有關中國雕版印刷書籍版面的專有名詞及其英文對照，參見 Lucille Chia, *Printing for Profit: The Commercial Publishers of Jianyang, Fujian (11<sup>th</sup>-17<sup>th</sup> Centuries)* (Cambridge, MA: University Press, 2002), p. 43.

<sup>7</sup> Robert Darnton, *The Great Cat Massacre: And Other Episodes in French Cultural History* (New York: Vintage, 1985), p. 200.

在科舉試卷和市場上的大量出現，也引起禮部的高度重視，雖然有幾任尚書企圖對採用非正統註釋的出版商和考生進行懲罰，但似乎收效不大（頁 164）。原因是市場上的科舉相關書籍數量太多而無法控制（頁 189）。作者將明末中國沒有辦法對書籍下禁令，歸因於沒有像舊制度法國一般的出版檢查以及行會制度（頁 142）。

（五）「公眾權威、文學批評家和組織力量」一章的重點是：文人在出版業中力量日漸提升，迫使考官必須與之妥協。而科考文集的出版，更是開啟了一個新的論述空間，使考生兼作家能挑戰考官的權威（頁 213）。在 1620 年代，由於來自出版領域批評家的壓力，考官甚至不敢編纂科舉文集（頁 222）。這就顯示了出版領域中批評家和作家的權威已經凌駕於考官之上。文社的形成和擴大，更進一步加強了文人的影響力。而一些文社選出的「祭酒」和復社選出的「國標」的科舉錄取率都相當高。這是因為文社，尤其是復社，能透過組織的力量對考官施加壓力，使考官錄取文社選出的菁英（頁 233、235）。考生透過出版場域和組織結社而能挑戰考官，和程朱正統註釋的衰落一般，反映了明末出版勃興對科舉制度的衝擊。而這個衝擊的最高潮，便是在明朝的最後幾年間，許多的監生、考生和官員向政府請願，企圖以張自烈的《四書大全辯》取代朱熹的《四書集註》，成為科舉正統。雖然禮部從中阻撓，但經過三次大規模的「公揭」和請願運動，禮部不得不屈服，而將張自烈的書稿交給崇禎皇帝過目。然而明朝不旋踵而亡，此事也就不了了之（頁 236-238）。

各章的重點介紹已如上述，其特點可總結如下：（一）作者旁徵博引，蒐羅材料極廣，從文集、詩詞、劇本、小說到帳冊、買賣清單等史料，均在作者的巧思之下串成連貫的論證，而中西二手史料徵引之繁，更是不勝枚舉。（二）作者克服中國和西方書籍之間的差異，精心而大膽地引用西方的文化和社會學理論，從傑哈·簡奈特(Gerard Genette)到布赫迪厄(Pierre Bourdieu)的理論，均在作者的匠心獨運之下，開展成有原創性的觀點，為中國的書籍

史研究開創了一個新的方向。（三）作者在徵引西方書籍史研究之餘，並不盲從前人的研究成果，如有關西方印刷術中木製刻板的使用問題，賈晉珠在較早期的研究中，引用威廉·伊凡斯(William M. Ivins)的觀點，指出西方印刷術中，木製刻板的使用在十六世紀已被銅製刻板取代〔參閱 Lucille Chia, *Printing for Profit: The Commercial Publishers of Jianyang, Fujian (11<sup>th</sup>-17<sup>th</sup> Centuries)*, 頁 12〕。但在本書中，周啓榮引用范·德·史托克(Jan van der Stock)的論點，強調由於銅製刻板成本高且製作費時，因此木製刻板在十六、十七世紀的歐洲印刷術中仍很常見（頁 61）。（四）作者突破過去中國書籍史研究著重技術和流通的侷限，將印刷的技術史和文化史相結合，拓展了中國書籍史研究的新領域。（五）作者將許多數字細節的量化資料統計製成表格，不但有助於讀者理解，也為後進的研究者提供了重要的參考資料。

這些特色是本書的優點，但也有一些值得商榷的問題：（一）作者在第四章中，指出溝通循環(Circuit of Communication)理論的侷限，強調此理論中的「循環」一詞有一種將觀念以固定的模式，如驛傳制度一樣，將同樣的訊息從作者傳遞到讀者的隱喻，無法表現意義生產過程中的介入性因素，及論述傳遞過程中可能發生的抗拒、顛覆和妥協（頁 154、155）。但筆者認為，作者似乎過度強調了「循環」的線性(linear)隱喻，忽略了達敦的重點在於，不論是作者還是評論者，本身都是讀者。<sup>8</sup>也就是說，在「思想→文字→印刷品→思想」這個循環過程中的所有參與者，都影響了意義的生產。因此，將這個過程解讀為將觀念透過固定的模式傳播，似乎不甚恰當。況且，達敦曾說過，閱讀並不是被動地接納，而是讀者對文本的積極挪用。他也強調，這個理論在各個階段都考慮了外在因素的影響。<sup>9</sup>而且從其他著作看來，達敦也並未忽略如格式和附本等意義生產中的介入性因素，對讀者的影響與讀者的

<sup>8</sup> Robert Darnton, "What Is the History of Books," p. 111.

<sup>9</sup> Robert Darnton, *The Forbidden Best-Sellers of Pre-Revolutionary France* (London: Harper Collins, 1996), pp. 181, 184.

抵抗。<sup>10</sup>因此，作者此論應有進一步商榷的空間。（二）作者將明末各式各樣的附本在市場上的出現視為一種策略(tactics)（頁 157），意思就是它們是作家或出版商的「有意」製造，目的是為了提升權威，或增加銷量，甚至是為了抵抗和顛覆政府對文學生產的控制（頁 153、157）。但作家和出版商在生產文本和附本的過程中，真的是有意建立權威和抵抗政府控制嗎？若說商業化出版使得包括政府在內的所有介入者都無法獨自控制意義的生產（頁 155），那麼將作家和出版商的銷售手法視為有意且有效的策略是否恰當？筆者以為，作者和出版者在寫書、做序或增加附本篇幅的行動中，都不必然意識到他們的行動能造成像正統詮釋的顛覆一般深遠的衝擊，但在書籍製作過程中的種種因素的總和與社會環境相互作用之下，則造成了這樣的結果（即附本取代本文，正統詮釋顛覆），而正是這個結果在讀者之間造成的深遠影響，使得文人和考生顛覆正統詮釋的集體行動成為可能。在這方面，筆者建議作者在再版時能更進一步深入探討。（三）在第三章中，作者認為明末中國沒有辦法掌握盜版的資訊和對書籍下禁令，是因為沒有像十八世紀舊制度法國一般的出版檢查以及行會制度（頁 142）。但事實上，法國即便有書籍檢查和行會制度，也沒有辦法控制禁書的暢銷。<sup>11</sup>原本法國的教會、大學和高等法院都有書籍檢查權，但十七世紀以後，這些權力大部份為國家所掌握。<sup>12</sup>而國家執行此權力主要是依賴檢查官員(censors)和警察系統（參閱 Lucien Febvre and Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book*, 頁 246）。然而，檢查制度的執行有高度的彈性，往往是睜一隻眼閉一隻眼<sup>13</sup>（參閱 Daniel Roche, “Censorship and the Publishing Industry”，頁 14、25）。因此，國家能否控制

<sup>10</sup> Robert Darnton, “History of Reading,” in Peter Burke, ed., *New Perspectives on Historical Writing* (Pennsylvania: Pennsylvania State University Press, 2004), pp. 174, 179.

<sup>11</sup> Roger Chartier, *The Cultural Origins of the French Revolution* (Durham, N. C.: Duke University Press, 1991), p. 72.

<sup>12</sup> Daniel Roche, *Censorship and the Publishing Industry*, in Robert Darnton and Daniel Roche, eds., *Revolution in Print* (Berkeley: University of California Press, 1989), p. 6; Lucien Febvre and Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book*, pp. 245-246.

<sup>13</sup> Robert Darnton, *The Forbidden Best-Sellers of Pre-Revolutionary France*, p. 88.

書籍的流通和有無行會與檢查制度，並沒有必然的關係。如果明朝政府無法追蹤盜版或查禁違反正統的科舉相關書籍，並不是因為缺乏行會或檢查制度，而是因為其他的原因，這個原因則有待進一步的研究與討論。（四）作者在第五章中提到，禮部企圖透過懲罰違反正統詮釋的考生和出版商，來控制科舉錄取的標準；但作者又指出，禮部背書的標準未必為考官採納。然而為何考官和禮部的標準會有不一致的現象，則是作者需進一步說明的問題。

（五）作者在第三章中的結論提到，明末出版勃興對社會的衝擊，並沒能像歐洲一樣發展出有自主性的文壇。不像中國有科舉制度能將文人收編到官僚體系之中，十八世紀的法國作家被完全排除在政府官職之外，所以像盧梭、伏爾泰、狄德羅等人，只有靠批評政府才能在公眾輿論中發聲（頁 147），而這也就是法國能發展出獨立於政府之外的文壇的原因。但事實上，十八世紀法國的作家並非完全被排除在政府之外，許多文人能透過有權勢的高官或貴族的引介，取得政府的官職。<sup>14</sup>因此，在舊制度政府的壓制和收編之下，十八世紀法國文壇的自主性可能不如一般所認為的那樣的大。根據 Roger Chartier 的看法，大革命成功之後，革命者開始回溯法國歷史上造成大革命成功的原因，盧梭和伏爾泰被選入先賢祠(Pantheon)就是最顯著的例子。也就是說，是大革命的結果建構了十八世紀法國啟蒙的重要性。<sup>15</sup>因此，作者此一比較性的結論應有進一步討論的必要。（六）作者在本書中雖然旁徵博引，論證豐富，但全書僅分五章，各章節內容區隔又不甚明確，讀來不免讓人有觀點紛紜之感。例如作者的三個要點，即附本、文名在出版領域中的重要性，以及版權與盜版的問題，在全書的討論中分散在各個章節，讀來不免令人感到難以掌握重點。筆者的建議是：若能將分散在各章的論證集中討論，或許能使觀點的表達更為明確，論點更為清晰。此外，本書中所討論的重點包括附本、版面、插圖等，均應附上圖片，以利分析及易為讀者理解，但遍觀全

<sup>14</sup> Robert Darnton, *The Great Cat Massacre*, p. 153.

<sup>15</sup> Roger Chartier, *The Cultural Origins of the French Revolution*, pp. 87-88.

書，只附了五禎圖片。而英譯的漢字對照表缺漏甚多，也同樣顯示了在出版製作上的草率。這些缺點都可在再版時改進。雖然有以上的問題，但畢竟瑕不掩瑜，本書在中國書籍史的研究上開拓了新的方向，已成此領域不可忽視的著作。