

· 书 评 ·

包筠雅《文化贸易：清代至民国时期四堡的书籍交易》评介

刘永华

包筠雅 (Cynthia J. Brokaw) 新著《文化贸易：清代至民国时期四堡的书籍交易》(以下简称《文化贸易》) 一书,^① 是作者在长期研究闽西四堡雕版印刷出版业的基础上, 穷十五年之功力写成的一部厚重的研究论著。本书对清代至民国时期四堡的印刷出版史进行了细致的描述和深入的分析, 是迄今研究清代印刷出版史最为深入的成果之一。

一、书籍出版的社会文化史分析

在西方史学界, 印刷出版史是文化史研究的一个重要领域。早在 20 世纪 50 年代, 年鉴派创建人之一费弗尔 (一译作费夫贺, Lucien Febvre) 和出版史专家马尔坦 (Henri-Jean Martin) 便将出版史定为亟须探讨的重要课题, 列入写作计划。由于费弗尔过早离开人世, 这项工作后来由马尔坦完成, 最终成果是于 1958 年刊行的《印刷书的诞生》。^② 这本对印刷出版史影响甚大的著作, 对印刷书 (imprint) 在西方诞生的历程及其影响进行了开拓性的研究。从 60 年代中期开始, 尤其是自 70 年代中期以降, 这个课题成为社会文化史研究的热点之一, 一批深入的研究论著相继问世, 其中最有影响的当数年鉴派文化史学家罗伯特·芒德鲁 (Robert Mandrou) 的《17 至 18 世纪的民间文化: 特鲁瓦的蓝皮书》(1964),^③ 美国文化史学家伊丽莎白·艾森斯坦 (Elizabeth L. Eisenstein) 的《作为变迁之能动主体的印刷出版社》(1979),^④ 美国文化史学家罗伯特·达恩顿 (Robert Darnton) 的《启蒙运动的生意》(1979),^⑤ 年鉴派文化史学家罗杰·

① Cynthia J. Brokaw, *Commerce in Culture: The Sibao Book Trade in the Qing and Republican Periods*, Cambridge, Mass.: Harvard Asian Center, Harvard University, 2007, 673 pp.

② Lucien Febvre and Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450-1800*, trans. David Gerard, London: Verso, 1976; 中译本为费夫贺、马尔坦:《印刷书的诞生》(L'Apparition du Livre), 李鸿志译, 桂林: 广西师范大学出版社, 2006 年。

③ Robert Mandrou, *De la Culture Populaire aux XVIIe et XVIIIe Siècles: La Bibliothèque Bleue de Troyes*, Paris: Stock, 1964; revised edition, 1975.

④ Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe*, Cambridge: Cambridge University Press, 1979; *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge: Cambridge University Press, 1993. 后者是前者的简写本。

⑤ 罗伯特·达恩顿:《启蒙运动的生意:〈启蒙运动〉出版史(1775—1800)》(The Business of Enlightenment: The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe), Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

夏蒂埃 (Roger Chartier) 的《近代早期法国印刷品的文化功用》(1987) 等著作。^① 这些著作突破了早期印刷史研究的分析方法与问题意识, 将研究推进至社会史、文化史领域, 开拓了出版史、书籍史、阅读史等重要论题, 并以这些论题为切入点, 探讨文艺复兴、宗教改革、近代科学的兴起等欧洲近代早期史的基本问题, 从而在很大程度上拓宽了史学研究的视野。

中外史学界对中国印刷出版史的研究, 可以追溯至20世纪20年代卡特对中国印刷术西传的研究, 近代版本学家对中国书籍的研究和钱存训、张秀民两位先生对中国印刷史基本问题的清理。^② 然而, 建立在以往印刷史研究基础之上, 但又深受当代社会科学影响的印刷出版史的出现, 应该说还是20世纪90年代以来的事。这个研究潮流在中国史学界的出现, 与包筠雅所做的推动工作是分不开的。早在1990年前后, 包筠雅在结束对功过格的研究后,^③ 专程前往闽西、赣东、粤东南、桂东南、川东、湘西等地考察有关印刷出版史的实物遗存、民间文献和口述资料。其后又通过组织专题会议、出版论文集等方式, 引领欧美的中国印刷出版史研究。^④ 目前几位重要的欧美明清史和宋元史学者已涉足这一研究领域, 其中包括了英国学者周绍明, 加拿大学者卜正民, 美国学者罗友枝、彭慕兰、周启荣、贾晋珠等人。近年来, 他们撰写的中国印刷出版史研究论著也已相继刊行。^⑤ 印刷出版史已从一个相当冷门的领域, 转变为中国社会文化史

① *A Publishing History of the Encyclopédie, 1775-1800*, 叶桐、顾杭译, 北京: 三联书店, 2005年。

② Roger Chartier, *The Cultural Uses of Print in Early Modern France*, Princeton: Princeton University Press, 1987.

③ 卡特 (Thomas F. Carter): 《中国印刷史的发明和它的西传》(*The Invention of Printing in China and Its Spread Westward*), 吴泽炎译, 北京: 商务印书馆, 1957年; K. T. Wu, "Ming Printing and Printers," *Harvard Journal of Asiatic Studies*, vol. 7, no. 3 (Feb. 1943), pp. 203-260; 钱存训: 《中国纸和印刷文化史》(*Chinese Paper and Printing: A Cultural History*), 郑如斯编订, 桂林: 广西师范大学出版社, 2004年; 张秀民: 《中国印刷史》, 韩琦增订, 杭州: 浙江古籍出版社, 2006年。

④ Cynthia J. Brokaw, *The Ledgers of Merit and Demerit: Social Change and Moral Order in Late Imperial China*, Princeton: Princeton University Press, 1991. 中译本为包筠雅: 《功过格: 明清社会的道德秩序》, 杜正贞、张林译, 杭州: 浙江人民出版社, 1999年。

④ 1995年, 美国的《清史问题》(*Late Imperial China*) 第17卷第1期刊出了一组欧美史学家对中国出版史研究的专题论文, 参与撰写论文的学者包括卜正民 (Timothy Brook)、贾晋珠 (Lucille Chia)、周启荣 (Kai-wing Chow)、彭慕兰 (Kenneth Pomeranz)、夏蒂埃和包筠雅, 包筠雅参与了这组论文的组稿工作; 1998年, 她组织了一次中国印刷出版史学术研讨会, 会议论文集汇编为 Cynthia J. Brokaw and Kai-wing Chow, eds., *Printing and Book Culture in Late Imperial China*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2005. 这本论文集刊出了包筠雅、周绍明 (Joseph McDermott)、贾晋珠、马兰安 (Anne E. McLaren)、何谷理 (Robert E. Hegel)、柯丽德 (Katherine Carlitz)、罗友枝 (Evelyn S. Rawski)、安妮·伯卡斯-查森 (Anne Burkus-Chasson)、孟久丽 (Julia K. Murray)、徐小蛮等学者的论文。

⑤ Lucille Chia, *Printing for Profit: The Commercial Publishers of Jianyang, Fujian (11th-17th Centuries)*, Cambridge, Mass.: Harvard University Asia Center, 2002; Joseph P. McDermott, *A Social History of the Chinese Book: Books and Literati Culture in Late Imperial China*, Hong Kong: Hong Kong University Press, 2006. 周启荣的著作是 *Publishing, Culture, and Power in Early Modern China* (Stanford: Stanford University Press, 2004). 还必须提到的是日本学者井上进的《中国出版文化史——書物世界と知の風景》(名古屋: 名古屋大 出版全, 2002年) 一书。《A Social History of the Chinese Book》由周绍明教授见赠, 谨此致谢。周启荣和井上进的著作笔者未克获见。有关近年中国出版史的基本成果, 可参阅 McDermott, *A Social History of the Chinese Book*, pp. 263-278; 张秀民: 《中国印刷史》, 第794—827页。

研究的一个热点。^①

这里提到的印刷出版史，只是一个笼统的称呼。按笔者的理解，它至少涵盖了狭义的印刷史、出版史、书籍史、阅读史等四个论题，这四个论题联系密切，但涉及的问题并不完全相同。大致而言，印刷史侧重讨论书籍制作的技术史和经济史层面；出版史在注意书籍制作的技术史、经济史层面的同时，也关注书籍制作的社会史和文化史层面，关注书籍的制作过程、销售网络与预期读者之间的关系；书籍史更多从书籍本身的角度，讨论书籍的制作、流通和消费等环节，讨论印刷书与手写本的消长关系，书籍、藏书家、读者之间的关系等；而阅读史关注的焦点，则是书籍的消费环节，亦即读者阅读、诠释和使用（或挪用）文本的过程。^②在近期印刷出版史研究中，最值得注意的进展并不在于对书籍的制作、销售过程的讨论，而是对书籍与读者之间关系的社会文化史分析。

二、重构清代坊刻本的空间维度与社会维度

在最近刊行的中国印刷出版史论著中，《文化贸易》最值得我们关注，因为它比较集中地体现了目前中国印刷出版史研究领域的进展和局限：从这一领域的问题意识，到使用的基本资料，从考察中国印刷书的基本分析方法，到研究过程中面临的某些方法论局限。仔细检视这部著作，无疑可以加深对中国印刷出版史研究现状的了解。

应该说，本书标题虽揭出“贸易”一语，但本书的问题意识并不囿于书籍交易。从其写作意图看，本书关注的基本问题，并非书籍的制作与销售本身，而是清代坊刻本在空间层面的扩张和社会层面的渗透，尤其是四堡坊刻本的受众（audience）及印刷书在中国文化整合过程中扮演的角色。从章节安排来看，本书分成两个部分，分别讨论四堡坊刻本的出版、销售与这些坊刻本的内容、物理特征和版面安排两个论题，大体对应于印刷出版史的技术史、经济史层面和社会文化史层面。

一般认为，清代的印刷出版业是晚明兴盛一时的出版业在时间上的延伸，但实际上，清代出版史与明代存在重要的差别。在明代，称雄印刷出版业的是南京、杭州、苏州和建阳等少数几个中心。入清以后，明代的四个出版中心，建阳的出版业一蹶不振，南京、杭州的地位大打折扣，只有苏州维持继续发展的势头，北京一举成为全国最重要的出版中心。与此同时，清代出现了出版业在空间分布上逐渐扩散的现象，涌现出一批区域性的出版中心，其中包括四川的成都、岳池，广东的广州、佛山，江西金溪的浒湾，湖南的永州，山东的济南和聊城等地。本书讨论的四堡，便是在这一时期兴起的这样一个出版中心。

四堡是位于闽西汀州府长汀、清流、宁化、连城四县交界地区的一个村落群，这里属于客家聚居地，从事出版业的书商主要来自聚居于当地雾阁、马屋两村的邹氏宗族和马氏宗族。与建阳的麻沙和书坊一样，四堡附近山区有着丰富的木材、纸等资源，这为当地印刷业的发展提

① 对近年印刷出版史研究的回顾，请参见 Tobie Meyer-Fong（梅尔清），The Printed World: Books, Publishing Culture, and Society in Late Imperial China, *Journal of Asian Studies*, vol. 66, no. 3 (Aug. 2007), pp. 787-817; 张仲民：《从书籍史到阅读史——关于晚清书籍史/阅读史研究的若干思考》，《史林》2007年第5期，第151—180页，尤其是第161—166页。

② 参见 Robert Darnton, "What Is the History of Books? First Steps Toward a History of Reading," in Robert Darnton, *The Kiss of Lamourette: Reflections in Cultural History*, New York: W. W. Norton, 1990, pp. 107-135, 154-187; McDermott, *A Social History of the Chinese Book*, pp. 115-147.

供了基本条件。本书认为，四堡印刷出版业大约是17世纪60年代先后在雾阁、马屋开始兴起的，^①此后至19世纪早期，四堡书坊的数量一直在增长之中。根据民间文献和实物资料，作者估计，至17世纪末，四堡共有13家书坊；乾隆、嘉庆两朝，是四堡出版业发展的黄金时期，至19世纪初，当地涌现出了46家新书坊。（第86页）同期北京的书坊，可考者近120家，苏州57家，广州25家，^②由此足见四堡印刷出版业的规模，虽难望北京之项背，但很可能已超过广州，即与苏州相比亦不遑多让。

印刷出版业在四堡的兴起，四堡书坊数量的增加，本身就是清代出版业空间扩张的重要表现，不过，清代出版业空间扩张最为重要的明证，是包括四堡在内的出版中心刊行的坊刻本在空间上扩散的广度和深度。从广度上说，四堡书商不仅前往广东、江西和浙江等邻省，而且进入广西、云南、贵州、湖南、湖北和江苏等路程较远的省份，或开设固定的书肆书摊，或走街串巷肩挑贩书。当时地方志称四堡人“以书版为产业，刷就发贩，几半天下”，“城市有店，乡以肩担”，^③反映的大体应是实情。同样重要的是空间扩张的深度，包筠雅注意到，四堡书商进入的区域中，主要的都会和商业中心，那些人口最为密集和最为富庶的区域性经济核心区，“从未成为[四堡]邹氏和马氏[书商]的销售市场的主心骨”，“四堡书商选择的是腹地的府城、县城和集镇，它们靠近但并不处于广东、广西、江西和湖南省的都市核心”。（第231页）本书还注意到客家移民路线在四堡销售网络扩张中扮演的重要角色。这一观点并非作者的独创，^④但她通过细致的描述，比较充分地论证了明清客家移民路线与四堡书商的销售网络之间的相关性。清代客家人聚居的地区，也正是靠近都市核心的腹地。这样一种经营策略，让四堡书商克服了四堡本身作为经济、文化腹地在出版业中的不利地位，在很大程度上避免了与其他区域性出版中心的竞争，从而获得了相对稳定的收益和发展机会。这种经营策略最为重要的特征是，四堡的销售网络渗透到区域市场系统的下端——集镇和乡村，尤其是渗透到过去的书籍销售网络可能从未触及的华南、西南的内陆腹地和边疆地区。从这种意义上说，比起其他的出版中心，四堡书商的销售网络也许更为典型地反映了清代坊刻本空间扩散的深度。

由于地理因素的局限，要了解江南等文化先进地区的文人风尚，对四堡书坊而言并不容易。为了克服这一局限，四堡书商不仅认真选择销售网络的辐射范围，而且“对出版的文本进行审慎的选择”，他们刊行的是“确认无疑的畅销书”，那些“精挑细选的普及性和实用性都得到充分证明的著作”，（第305—306页）亦即地方文献所谓的“经生应用典籍”与“课艺应试之文”。^⑤在本书第二部分，包筠雅对这些书籍进行了细致的分析，笔者认为这是全书最有价值的部分。

根据作者的分类，四堡出版的“畅销书”主要由三个部分组成：蒙学、杂字、幼学、文范、诗选、四书五经等教育类书籍，实用类书、家礼、药书、医书、通书、风水书、星相指南、善书等指南类书籍，以及小说、戏曲、歌册、诗集、书画集等文艺类书籍。作者花了整整三章、近二百页的篇幅来讨论这三类著作。据笔者的粗略统计，本书共对92种四堡坊刻本（教育类36

① 笔者最近在披阅道光十一年（1831）刊《雁门郡童氏族谱》的过程中，发现四堡印刷出版史的出现，也许可以提早10—20年，但这并不影响包筠雅的基本结论。

② 张秀民：《中国印刷史》，第392—396页。

③ 杨澜：《临汀汇考》卷4《物产》，光绪四年（1878）刻本，第8页上一下；光绪《长汀县志》卷31《物产》，第69页下。

④ 陈支平和郑振满在1988年的一篇论文中已提出这一看法，参见陈支平、郑振满：《清代闽西四堡族裔研究》，《中国经济史研究》1988年第2期，第93—109页。

⑤ 杨澜：《临汀汇考》卷4《物产》，第8页上一下。

种，指南类 32 种，文艺类 24 种）进行了详略不等的分析，提到和稍加介绍的书籍还不在此数。在分析过程中，作者不仅关注这些坊刻本的内容，而且对这些文本的物理特征和版面安排进行了分析。

从印刷书目看，四堡坊刻本的核心文本是教育、指南和文艺类等“确认无疑的畅销书”。那些艰深晦涩的学术著作从来就不是四堡书坊的首选对象，当地基本上未曾刊行过对 18 世纪学术界非常重要的考据学著作。从版本学的角度看，四堡坊刻本多半开本很小，版面排字拥挤，误字漏字时有出现，印在廉价的毛边纸上，雕刻的质量本来就不好，又因过度磨损而字迹模糊，从版本学上说价值不高。四堡坊刻本的版本学缺陷，恰恰为了解清代的“大众文本文化”（popular textual culture）——所有阶层共享的以文本为媒介的文化——提供了一个难得的机会。对四堡坊刻本的分析表明，四堡书坊试图满足不同层次读者的需要，其社会维度是“大众的”。

不过，许多四堡坊刻本面对的实际上是下层读书人，作者特地提出“四堡模式”的概念，强调这些文本的社会维度：四堡坊刻本的版面安排和低廉价格，为渗入社会下层提供了可能。不少四堡坊刻本或是在小开本的版面内尽量增加文本的内容，或是为文本提供断句，或是以通俗易懂的语言解释相对艰深的文字，它们面对的虽然是不同阶层的读者，却格外关照文化修养不高却又为数众多的下层读书人。这些书籍的价格，常常不及其他地区刊刻书籍的一半，就连贩夫走卒也买得起。（第 514—518 页）因此，作者推断，四堡坊刻本的目标受众，是“由充其量是小康之家构成的相对广泛的受众”。（第 522 页）正是在这个意义上，作者在探讨清代坊刻本的社会维度时，一再强调不管是四堡刊刻的核心书籍，还是这些书籍的版面安排，都比较典型地反映了清代出版业向社会下层渗透的情形。（第 8 页）

这些坊刻本向内陆腹地和社会下层渗透的现象，对中国文化进程究竟意味着什么？随着这一文化渗透过程的展开，中国文化的整合程度是否逐渐提高了呢？对于这些棘手的问题，作者进行了审慎的讨论。面对四堡坊刻本在空间与社会层面渗透的史事，人们很容易联想到文化整合性提高的观点。随着四堡书商的脚步，中国文化离西南边疆小民百姓的距离的确是越来越近了。但是，核心文本群并非铁板一块，它们本身便很驳杂，不仅内容深浅不一，书中表达的价值观也不尽一致，有的甚至包含被视为异端的内涵。深奥的考证学著作针对的受众是受过系统教育的精英读者群，而以方言写成的杂字、字典、歌册等作品，不仅无益于提高文化统一性，反倒“有助于延续与‘统一的’核心文本文化并行不悖——尽管不是丝毫没有关联——的独特的地方文化传统”，（第 358 页）从而有效地制衡了出版业的文化统一效应。因此，本书在讨论中国文化整合问题时，并不是去寻求一个终极的答案，而是致力于动摇为多数学者所接受的看法。

三、贡献与局限

《文化贸易》对清代印刷出版史的深入讨论，首先得益于作者在搜集资料上所下的苦工夫。在欧洲，保存至今的系统的印刷出版史资料（诸如商业书信、账本、遗嘱等）为数不少，为从事出版史研究的学者提供了重要的素材。达恩顿之所以可以细致考察一本书（狄德罗的《百科全书》）的出版史，夏蒂埃之所以能够深入讨论法国北部商业出版中心特鲁瓦（Troyes）刊行的蓝皮书（bibliothèque bleue）的受众，其原因端在于此。^① 在中国，流传至今的相关商业书信本

① 罗伯特·达恩顿：《启蒙运动的生意》；Roger Chartier, *The Bibliothèque Bleue and Popular Reading*, in Chartier, *The Cultural Uses of Print in Early Modern France*, pp. 240-264.

来便不多见，有关的账本和分关等民间文献也数量很少，且罕为公藏机构收藏。在这种情形下，要讨论书籍的制作、销售、阅读等问题，实属不易。《文化贸易》的难得之处，正在于此书的写作是建立在扎实的田野考察和长期的资料搜集工作之上的。作者自1990年前后将研究兴趣转移到四堡印刷出版史的课题后，即先后多次前往当地乡村及四堡书商在各地的销售网点，进行长期的田野调查工作，考察当地印刷史实物遗存（雕版、刻本、印书房、印刷工具等），搜集相关的族谱、账本、分关等民间文献，走访印刷出版业的参与者、见证者和知情人，获得了大量的第一手资料，诸如内中包括大量书商传记的族谱3种，重要的印刷、销售账本3种，书坊分关8种，四堡刊行的书籍上百种，以及数量可观的印刷出版史的实物证据和口述资料等。这些资料的质与量，虽然尚难与欧洲的相应资料相媲美，但在一定程度上克服了资料方面的局限，为重构四堡印刷出版业的发展历程，讨论其社会文化影响提供了可能。

本书处理资料的方法，也颇值得注意。欧洲文化史学家在分析印刷书时，曾尝试从印刷文本本身（情节的繁简、文字的深浅、插图的使用等）寻找文本与受众之间可能存在的关联，^① 研究中国民间文化史的学者，也曾试图建立文本等级与受众阶层之间的对应关系。^② 同样，包筠雅在分析四堡坊刻本的过程中，也设计了一套分析文本的方法，强调对文本的物理特征和版面安排进行分析。这种方法关注的问题是：书籍是用什么纸印成的？刻字的技巧如何？版面是如何设计的？文字的难度如何？注解是否通俗易懂？是否使用标点？是否使用插图？等等。根据对这些特征的分析，可以对这些书籍预设的受众作出合乎逻辑的推断。^③ 在缺乏其他相关信息的情形下，这种技术不失为相当重要的一种方法。当然，这种方法也有其局限，笔者将在下文讨论。

在问题意识和主体内容方面，本书虽然对清代四堡印刷业的技术和组织层面进行了相当专业的细致分析，这些分析也无疑丰富了我们对于清代印刷业的了解，但是，很清楚，作者的着眼点是清代出版业的社会文化史侧面，她对其研究课题的定位更倾向于书籍社会史而不是印刷史。书中对四堡坊刻本的分析，讨论的主题自然是大众文本文化的问题；即使在考察书籍销售区域时，作者关注的也不仅仅是这一环节的经济史内涵，更为重要的是其社会文化史意义。在分析清代大众文本文化的基础上，作者讨论了欧美学术界长期争论的中国文化统一性与差异性问题。本书不只是关注四堡坊刻本如何传播正统文化，而且权衡它们在何种意义上强化了中国文化的整合，又在何种意义上容纳了丰富的乃至不尽协调的观念、价值和模式，促成了地方意识的形成，延续了地方文化传统，从而力图在统一性与差异性之间保持某种平衡。比起早先仅强调文化整合和统一性的研究，^④ 这一结论似乎更能言之成理。

本书相对薄弱的地方，首先在于对坊刻本受众的讨论。作者在这方面的探讨，似乎得益于法国学者米歇尔·德塞都（Michel de Certeau）的挪用理论，^⑤ 强调受众对文本的使用（阅读）过程，同时也是一个创造性的生产过程。但要深入讨论这一问题，无疑需要挖掘新的资料，变

① Chartier, "The *Bibliothèque Bleue* and Popular Reading," pp. 252-257; Roger Chartier, "Texts, Printings, Readings" in Lynn Hunt, ed., *The New Cultural History*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1988, pp. 154-175.

② David Johnson, "Communication, Class and Consciousness in Late Imperial China," in David Johnson, Andrew J. Nathan, and Evelyn S. Rawski, eds., *Popular Culture in Late Imperial China*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1985, pp. 34-72.

③ 贾晋珠在 *Printing for Profit* 一书中也采用了这种分析法。

④ 参见 Johnson, Nathan, and Rawski, eds., *Popular Culture in Late Imperial China* 收录的论文。

⑤ Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, trans. Steven Rendall, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1984.

换分析的视角。通过书中对销售网络的讨论，我们知道书籍是如何刊刻，如何发售到其他地区，但不太清楚这些书籍是如何进入下层读书人的世界的。作者对坊刻本特征的讨论，着重从其价格、物理特征、版面安排推断其受众，这常常不失为一套有效的辅助分析法，但在可能性与历史事实之间毕竟存在不可否认的差距，毕竟不同读者对同一文本的诠释和使用，可能存在着不容忽视的差异。^①因此，仅从文本本身推断受众，在方法上存在难以克服的局限，我们似乎还需要寻求讨论文本与受众之间关系的其他证据。也许必须在方法上结合出版史与书籍史研究，同时扩大资料搜集的范围（如注意日记类史料），多从读者在书中留下的标点、批注、题刻等信息，进入受众的阅读世界。^②

离开四堡书商的销售路线，离开他们兜售的坊刻本，回到四堡本地，这样一个在清代重要的贸易网络中无法找到自身位置，在文化成就上根本无法跟江南乃至宋明时期福建的印刷出版中心建阳相提并论的地区，竟然孕育出了中国南方相当重要的一个印刷出版中心。面对这样一段史事，除了讨论四堡以外的世界，我们是否还应该进入四堡本地的社会文化史脉络，进一步去追问：聚居于四堡的客家族群，与当地非汉族族群有何关系？他们是在何时、又是如何进入汉文化系统的？创建宗族、推广乡约、祭祀列入朝廷祀典的神明等社会文化实践，在其中扮演了何种角色？聚居于闽粤赣毗邻地区的客家族群在明清两代的经济、社会和文化活动，究竟在何种意义上为四堡印刷出版业的兴起和发展提供了可能？四堡书商的经济活动，又是如何影响当地的社会文化进程？一句话，一个原本属于非汉族族群聚居的地区，是如何转变为以生产、输出和销售以书面汉语为媒介的知识（其主体还是通常被视为正统的中国文化）而闻名于世的印刷出版中心的呢？^③对这些问题的讨论，对于理解清代四堡出版史本身和中国东南地区的社会文化史进程，想必都有不容忽视的意义。由于作者的预设主题和问题意识的限制，《文化贸易》一书只是或详或略地触及其中一些问题，因此，对这些问题的讨论应该还存在不小的空间。

这些近乎苛求的批评和建议，本身来自于一个读者（受众）对这部优秀著作的诠释和反应（也许包括误读）。毕竟，瑕不掩瑜，经过本书对四堡印刷出版史的清理，今天我们对清代的书籍出版——从印刷技术到劳动组织，从运输路线到销售网络，从版面设计到目标受众——的了解，不能不说是更为具体、更加深入了。包筠雅希望本书成为“中国书籍社会史领域未来研究的底线或基本参考书”，（第32页）依笔者看，这一目标无疑是实现了。

〔作者刘永华，厦门大学历史系副教授。厦门 361005〕

（责任编辑：路育松）

- ① 这是“接受理论”（reception theory）的基本观点，参见 Terry Eagleton, *Literary Theory: An Introduction*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1983, pp. 74-88. 根据夏蒂埃的看法，这种在具体文本与社会范畴之间建立对应关系的做法，是文化史研究中常用的方法，他对这种“范畴化”（categorization）的分析法批评甚力，参见 Roger Chartier, "The World as Representation," in Jacques Revel and Lynn Hunt, eds., *Histories: French Constructions of the Past*, New York: The New Press, 1995, pp. 549-550. 对文本进行似乎匪夷所思的“民间的”诠释和挪用的一个典型事例，是卡罗·金兹堡笔下的梅诺乔对宗教文献的解读，参见 Carlo Ginzburg, *The Cheese and the Worms: The Cosmos of a Sixteenth-Century Miller*, trans. John and Anne Tedeschi, Harmondsworth: Penguin Books, 1982.
- ② 我们看到，周绍明已经从书籍社会史的角度，试图讨论这个问题。参见 McDermott, *A Social History of the Chinese Book*. 不过，同样由于资料的限制，周绍明侧重讨论的是士大夫而不是下层读书人。
- ③ 这一问题的提出，得益于台湾交通大学罗烈师博士的评论（2006年7月17日）。