

書評

Yuming He, *Home and the World: Editing the “Glorious Ming” in Woodblock-Printed Books of the Sixteenth and Seventeenth Centuries.*

Harvard University Asian Center, 2013

段曉琳*

明代中後期，也就是十六世紀後半葉和十七世紀前期，是中國歷史上格外有聲有色的一頁。隨著城市經濟前所未有的擴展和戲劇等娛樂的商品化，儒家的嚴肅傳統在都市文化中逐漸消解。「心學」的興起引發了人們對於「情」的重視和歌頌。這是一個大批飽讀詩書卻科舉失利的士人開始享受物質娛樂的時代。眾多社會文化史學家都曾就這一時期的新動向撰文立說。牛津大學藝術史家柯律格（Craig Clunas）就曾以「長物」為題點出晚明對於品味的重視，¹巫仁恕亦在其關於晚明士人生活的專著緒論中指出晚明社會和英國十八世紀的消費社會頗有可比之處，²波士頓大學的白謙慎也從傅山（1607-1684）的書畫作品出發，論證了晚明文化藝術和市場的交互作用。³

印刷書籍的流行是晚明社會文化飛速發展的一大表現，而書籍也一直是歷史學家和文化史學家關注的研究重點。何谷理（Robert Hegal）曾經著書論述了帝國晚期的閱讀體驗如何重塑了書籍本身的形態；⁴蕭麗玲（Li-ling Hsiao）

* 伊隆大學助理教授

¹ Craig Clunas, *Superfluous Things: Material Culture and Social Status in Early Modern China* (Cambridge: Polity, 1991).

² 巫仁恕，《品味奢華：晚明的消費社會與士大夫》（臺北：中央研究院，聯經出版實業有限公司，2007）。

³ Bai Qianshen, *Fu Shan's World: the Transformation of Chinese Calligraphy in the Seventeenth Century* (Cambridge, MA: Harvard University Asia Center, 2003).

⁴ Robert E Hegal, *Reading Illustrated Fiction in the Late Imperial China* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1998).

的著作則側重於戲曲書籍和表演體驗的相互影響；⁵周啟榮（Kai-wing Chow）的研究主要從歷史視角展開，關注書籍印刷對於政治空間和社會階層的潛移默化。⁶這些研究雖然著眼點各不相同，但就帝國晚期的書籍印刷達成了兩點共識：一是閱讀體驗對書籍的編纂和出版過程具有相當的影響力；二是書籍和都市娛樂文化具有千絲萬縷的聯繫，其本身即可被看作一個表演平臺。這兩點均可在 *Home and the World* 一書中得到肯定和迴響。本書的作者何予明現執教於加州大學戴維斯分校東亞語言文化系，她的研究興趣主要集中在十四到十九世紀的社會文化史，特別是戲劇文化和書籍出版上。而這本書所關注的具體年代是 1570-1620 之間的半個世紀。對中國城市史、書籍出版史、戲劇文化和中西交流感興趣的讀者會從本書中獲益良多。

在本書的開篇，作者就從清代學者對於晚明書籍的批評入手，希望從這些為後世所忽視甚至貶低的書籍來著眼，分析晚明社會的文化轉向以及這一文化對於外部世界的想像。在緒論中作者特別強調了清代學者所用的「稗販」這個概念。顧名思義，這個詞所反映的是晚明書籍的低質量和不嚴肅性。關於這些質量相對較低的圖書（不管是印刷質量還是校對質量），特別是建陽附近地區所出版的圖書，以往的學者也有所分析。賈晉珠（Lucille Chia）對於宋元明商業印刷的研究，應可視為此類論著的代表。⁷賈氏所注重的是對整個圖書市場的全面描述，所以這種「稗販」特色的圖書是在對比精美的江浙印刷時被提出的。而在本書的研究中，這類看似不重要且廣為後世學者詬病的書籍，正是打開晚明真實文化世界的一把鑰匙。作者分析了這些書籍背後的編讀互動、流傳方式，以及整個閱讀市場所體現的社會特點。除了植根於以往的書籍史研究之外，本書也深受歐洲史學家對於圖書印刷研究的影響。如作者在緒論中所提到的，這一研究受到了夏提葉（Roger Chartier）關於近代早期歐洲書籍史討論的啟發，特別是對於不同書籍之間「挪用」

⁵ Li-ling Hsiao, *The Eternal Present of the Past: Illustration, Theater, and Reading in the Wanli Period, 1573-1619* (Leiden & Boston: Brill, 2007).

⁶ Kai-wing Chow, *Publishing, Culture, and Power in Early Modern China* (Stanford University Press, 2004).

⁷ Lucille Chia, *Printing for Profit: The Commercial Printers of Jianyang, Fujian (Song-Ming Centuries)* (Ann Arbor: UMI, 1999).

(appropriation) 現象的分析。⁸這一概念，如本文文末將要分析到的，確實貫穿了本書提到的若干類型圖書，從而在中國文化的語境中獲得了新的生命力。

本書一共包括四個章節。第一章主要集中分析了嘉靖年間出版的《博笑珠璣》。用今天的話來說，這好像是一本娛樂百科全書，包括各種新興的俏皮話、笑話、酒令等等。相較於之前嚴肅的儒家經典，這套書以及類似的出版物無疑是一個異類。雖然在明亡之後很長一段時間內，《博笑珠璣》都被認為是難登大雅之堂的市井讀物，但作者指出，這些笑話酒令恰恰凸顯了當時社會中存在的流行知識。這些知識不僅能夠幫助讀者去理解書中的笑點，也構成了絕大部分讀者浸潤其中的信息網絡（頁 17-19）。

《博笑珠璣》的另外一個特點是對於不同文本的雜糅。這種雜糅成為了一種需要一定文化積累的大眾遊戲。就像明清小說裡面隨處可見的酒令遊戲，通常圍繞一個主題，要求參與者說一段話，包含古風絕句、成語曲牌名等等。⁹作者在此特別分析了該文本對《大明律》的挪用。《大明律》作為明代最廣為人知的制度文本之一，象徵著國家機器對地方社會的滲透。自明太祖（1328-1398，1368-1398 在位）以來，《大明律》中的法律條款以各種通俗易懂的方式在鄉村社會流通。也正因如此，《大明律》的法律名詞進入《博笑珠璣》才沒有顯得過分突兀。在這樣的通俗文本中，法律條文已經脫離了原有的制度語境，而是被通俗化和戲謔化。作者認為，這種去嚴肅化的文本雜糅正是《博笑珠璣》等書的魅力所在，因為這些書卷不僅滿足了士人展現淵博知識的訴求，同時也檢驗人們活學活用這些知識的能力，這些特點都進一步適應了新興的都市文化。如是構成了對經典文本的挑戰，從而促使讀者實現對固有社會秩序的一種超越。換言之，《博笑珠璣》之所以能夠在書籍市場上大受歡迎，很大程度上是因為其代表了時興的文化。這種文化商品營造了一個能夠同時展現文化修養和消費能力的空間。

⁸ Roger Chartier and Lydia G. Cochrane, *Order of Books: Readers, Authors and Libraries in Europe between the 14th and 18th Centuries* (Polity P., 1993). Roger Chartier, *Cultural Uses of Print in Early Modern France* (Princeton: Princeton University Press, 1987).

⁹ 一個比較通俗的例子是《紅樓夢》，例如《紅樓夢》第六十二回湘雲所提出的酒令：「酒面要一句古文，一句舊詩，一句骨牌名，一句曲牌名，還要一句時憲書上有的話；共總成一句話；酒底要關人事的果菜名。」

第二章的主題是戲曲雜書，並著重於對其排版和流傳的討論。本章開頭再次重申了晚明商業出版品的一大宗旨：對於時下的流行亦步亦趨，而非對於文本準確性和校對的精益求精。這也是作者針對《四庫全書》等清代評價的回應：晚明的諸多出版物之所以在清代學者眼中缺乏學術價值，淪為「稗販」之流，並非因為其品質上的缺陷，而是出版理念的不同。相較於精英世界中廣為推崇的善本精校，晚明的書籍想要迎合的是新的「浮世」文化，所以以往那種對於字斟句酌的推崇已退居二線，而書商所汲汲追求的是出版速度、低廉的價錢和娛樂性（頁81）。

這一章最為精彩的討論莫過於對「三節版」這種特殊排版格式的分析。在這種排版中，編者在書頁中插入了一條較細的帶狀備註，裡面的內容和書題並不直接相關，主要是一些流行的歌謠酒令、笑話戲語等等。這些內容因為隔斷了正文而且處於書頁當中，故很容易引起讀者的注意。作者指出這是一個編者和讀者通過圖書市場和流行文化進行互動的過程。這一章還特別強調了戲曲文化中的「方語」，並且令人信服地將其和「江湖」聯繫了起來（頁87-88）。作者指出「江湖」代表的是一個不同於現實國家結構的社會秩序，因此這些戲曲雜書所呈現的是現實官僚體系的反向，是一個逐漸和國家分離的社會。

本章的最後一部分是對類書和地理書的分析。作者以《萬寶全書》為例，指出「不求人」這個口號成為了這類書的天然「廣告」。雖然這樣的類書可以上溯到宋代的《事林廣記》，但此時卻在章節劃分和圖文結合上有了創新。晚明書籍在圖文版式上的創新已被學者論述，而章節劃分則是一個方興未艾的課題。¹⁰從表面上看，章節劃分似乎只是編者基於市場考量所採用的創新策略，但在深層次上則反映了對於知識的重新定義、歸類和理解。就像作者所指出的，隨著長途旅行的增多，晚明類書出現了一個新的分類：「商旅」。有關旅行如何改變和豐富了現有的知識結構，日本史的學者多有研

¹⁰ 例如，馬孟晶曾集中考察了近五十種版本的《西廂記》插圖。參見馬孟晶，〈耳目之玩：從《西廂記》版畫插圖論晚明出版文化對視覺性之關注〉，《國立臺灣大學美術史研究集刊》，13（2002），頁201-276。

究，特別是對江戶時期的地圖印刷、地理圖書和導遊書籍的分析。¹¹相較而言，明清史在這方面的研究則尚有可發掘的空間，而這一章所分析的州府縣名考實類書籍，當可作為此類探索一個很好的起點。這些羅列各地地名的地理書籍，傳達了對於王朝的整體認識和統一觀念（頁 112），這一觀點也正好和本書標題遙相呼應。作者提出，這些字裡行間透露出的地理知識不僅構成了對明帝國認同感的基礎，也形成了各地認同感的集合。這種紮根於地理知識的認同感，頗類似於日本史學者所提出的「基於印刷之上的國家歸屬感」。¹²應該指出的是，這種對於王朝地理知識的再現，已經不是政治意義上的教化，而是具有了私人娛樂的面向，亦即包含了地理知識、遊賞的人群，以及可攜帶式的娛樂物品等三種特性聯繫之下的產物（見對《詞林一枝》扉頁插圖的分析，頁 124-126）。正如作者所說的，「穩定和整體性的帝國空間秩序被融化在這種潛移默化的（私人）重組中」（頁 139）。例如，「海內」這個源自大明王朝意象的詞語，被多種地理和戲劇雜書作為題目和吸引購買者的關鍵語，從而成為了時興和包羅萬象的代名詞。

第三章著重分析了晚明木版印刷過程中的重複和創新。在這章的開頭，作者提出了晚明圖書出版中一個非常有意思的術語：「言機熟也」（頁 142），從而指出大部分的創新都是基於已經確立的傳統因素之上，如此才能夠引起讀者的注意和熟悉感。《西廂記》裡「張生跳牆」的橋段無疑是這樣的一個「機」。由於《西廂記》在晚明社會的廣泛流傳，「張生跳牆」這個詞彙基本上已經不需要進一步的解釋就能讓讀者聯想起背後的整個故事情境。因此，這個語彙被廣泛應用於曲藝笑話書中，成為一個約定俗成的短語。這種對於過去出版物中文化元素的借用，凸顯了晚明圖書文化中一個重要的現象：某類圖書的讀者群是可預期的，出版商們對於這類人群的知識準備顯然

¹¹ 例如 Laura Nenzi, *Excursions in Identity: Travel and the Intersection of Place, Gender, and Status in Edo Japan* (Honolulu: University of Hawaii Press, 2008) 和 Marcia Yonemoto, *Mapping Early Modern Japan: Space, Place, and Culture in the Tokugawa Period (1603-1868)* (Berkeley: University of California Press, 2003).

¹² 參見 Mary Elizabeth Berry, *Japan in Print Information and Nation in the Early Modern Period* (Berkeley: University of California Press, 2006).

是了然於心。¹³ 他們被預設已經閱讀了之前時興的文本，大致來說也確實是如此。這種書籍元素的借用，是讀者和書商在一個相對成熟的圖書市場中達成的默契。除了本章開頭所指出的「創造熟悉感」這個原因之外，作者在第二章提出的現象之一——書商亟欲「跟上流行」的壓力，也是重要因素。這點在本書所分析的圖像借用手法中，有特別突出的反映。

以明代圖書印刷中出現的兩套「西湖十景」為例：一套刊登在俞思沖所編纂、萬曆七年（1579）出版的《西湖志類鈔》中，另一套則收錄在萬曆三十七年（1609）由楊爾曾編輯、夷白堂出品的《新鐫海內奇觀》中。前者顧名思義是延續地方誌的傳統，因此對每一景都配了一幅雙頁白描風景圖，接著就記述該景點的地理方位和歷史變遷，最後再引錄歷代的相關詩詞。後者的西湖十景採用了書畫合頁格式，畫位於右頁，基本沿用了《西湖志類鈔》中雙頁插圖的格局和視覺元素，只是因為從雙頁變成單頁而進行了相應的壓縮刪減，使畫面在更加簡單的同時，亦突出了遊人的角色。左頁則書寫莫璠的〈西湖十景〉聯章詩，十首詩還以不同的書法字體呈現。雖說不論是插圖還是文字，都不是出於楊爾曾和夷白堂自己的創作，但通過將不同文化元素進行拼接組合，《海內奇觀》中的西湖十景可以一次性滿足觀眾對於「詩書畫」的追求。同時，這種借用不僅縮短了編寫時間，也能自動喚起讀者對於西湖十景基本地理歷史知識的記憶，因此省略了多餘且略顯枯燥的地方誌風格文字。這些都有利於《海內奇觀》跟上流行趨勢，更好地適應大眾圖書市場。

第四章主要分析了《羸蟲錄》。這是一部圖文並茂的地理學著述，記敘了高麗、日本、扶桑、暹羅、交趾等海外 121 個國家或地區的地理民俗，並配有大量插圖。作者指出，這本書的出版和流傳，反映出明代對於外部世界的認知和呈現。近幾年來，有關十九世紀之前全球史的研究日益興盛，不僅原來的幾本經典論著接連再版，而且隨著物質文化史的興起，新的研究也不斷湧現。¹⁴ 彭慕蘭（Kenneth Pomeranz）在「大分流」理論中提出的明清中國在

¹³ 「讀者群體」（community of readers）的概念，來自於夏提葉的 *The Order of Books* 一書。參見 Roger Chartier and Lydia G. Cochrane, *Order of Books: Readers, Authors and Libraries in Europe between the 14th and 18th Centuries*. 此一概念使人們關注到了閱讀習慣對於讀者群體劃分的影響。

¹⁴ 經典的論著參見 Joanna Waley-Cohen, *The Sextants of Beijing: Global Currents in*

世界市場的中心地位，¹⁵也因而得到了進一步的討論。本章別出心裁地通過圖書印刷的視角，將晚明社會本身的動態和對外交流的新發展聯繫起來，恰恰呼應了書名中的「家和世界」。

因此，作者在這一章所關注的不僅僅是《贏蟲錄》的具體內容，更聚焦於其書寫的動機和讀者閱讀的情況。通過對版本沿革和具體文本的解讀，作者指出《贏蟲錄》對於晚明的讀者來說，與其說是提供了詳實的地理知識，不如說是滿足了他們對外部世界的好奇和對博學的追求。作者認為：「《贏蟲錄》能夠一再被重新包裝和銷售的原因，在於其如同可攜式『博物館』的特點，這種吸引力不僅來自其部分稀見的文字材料，更來自其對異域珍奇事物的視覺性描述」（頁 211）。該書各種版本的編者，其實並不是十分在意《贏蟲錄》是否反映了最新的外交進展，而是更加重視收羅歷代典籍對於某國的記載（頁 214）。比如對於日本國地理位置的記述，雖然明朝和日本一直保持著緊密的商業聯繫，但《贏蟲錄》中依舊延續了唐朝通過新羅定位日本國的傳統（頁 215-216）。作者提出：「異邦的形貌風俗都在和本土文化的類比對照中被解讀，反之亦然」（頁 235）。基於此，作者特別分析了《贏蟲錄》裡面對「夷」的論述，以及這種論述如何影響了清代對於「夷」的觀感。正是通過這種自我和他者的相互呈現與定義，這些書籍所塑造的讀者群體方能夠在知識所構建的空間中獲得想像上的流動性：不僅僅如前幾章所論述的那樣往返於私人 and 帝國體系之間，還能出入於帝國的內外。

在這章的最後，作者提出了一個很有意思的現象，就是隨著東亞圖書市場聯繫的緊密化，《贏蟲錄》也被傳到了日本，書名為《異國物語》。作者認

Chinese History (New York: W.W. Norton &, 1999). Robert Marks, *The Origins of the Modern World: A Global and Ecological Narrative* (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2002). 此書在今年（2015）第二次再版。較近的著作有 Timothy Brook, *Vermeer's Hat: The Seventeenth Century and the Dawn of the Global World* (New York: Bloomsbury Press: Distributed to the Trade by Macmillan, 2008). John E Wills, *China and Maritime Europe, 1500-1800: Trade, Settlement, Diplomacy, and Missions* (Cambridge: Cambridge University Press, 2011). 有關物質文化方面的著作，可參考 Anna Jackson and Amin. Jaffer, *Encounters: The Meeting of Asia and Europe, 1500-1800* (London: V & A, 2004).

¹⁵ Kenneth Pomeranz, *The Great Divergence: China, Europe, and the Making of the Modern World Economy* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2000).

為此一現象說明東亞存在著一個共享的、由通用文本與圖像形塑出的世界觀（頁 242）。有關這一點的分析尚有可深入的空間。明清兩代東亞各國出版印刷界的交流並不是一個新的學術議題，藝術史家早已就《芥子園畫譜》等書傳入日本並影響其浮世繪的現象做了不少研究，近年的相關討論也逐漸將朝鮮納入研究視野。¹⁶其他書籍，特別是《羸蟲錄》這樣對於異域風土人情的描寫，當可為東亞文化交流提供新的視角。

本書的四章各成一體，分別關注不同類型的圖書和不同角度的研究議題。從上文的分析能看出，每一章都能引發不同的討論和研究走向，但章節彼此之間又存在千絲萬縷的聯繫，從不同的角度呼應了書名中的「家和世界」（Home and the World）。這個題目至少包含了兩方面的含義：其一，對於個體的讀者而言，「家和世界」分別指向私人空間和與外部的社會（乃至於帝國這個整體）。酒令也好，笑話也好，這些都是私人生活中的休閒娛樂，但同時又是對外部世界中公共知識（比如法律文本和地理常識）的內化運用。同時，通過書中所討論的「稗販」書籍的肯定和傳播，私人娛樂也走出了居家的範疇，進入了社會的公共空間，形成了新的「共有」的知識和相應的特定讀者群體。通過書籍這樣的媒介，帝國知識被重組為私人化的閱讀趣味乃至生活常識，而私人的娛樂交流又同時具有了支撐以及挑戰帝國秩序的無限可能。

在結語中作者特別著墨於《妙錦萬寶全書》中的一幅插圖（頁 246），也就是本書封面的圖像。這幅插圖描繪了民居門口的小小空間：賣摺扇的貨郎和居家婦女之間一次面對面的交流。通過描繪此一凝固的瞬間，這幅插圖很有意思地凸顯了「家和世界」的互動，並且隱喻了兩者之間相互定義的可能。在這裡，女性角色被很自然地看作「家」的象徵，而「世界」的意向則通過摺扇、貨郎以及插圖所在的《萬寶全書》而傳達。私人和公共空間的界

¹⁶ 參見 Jack Hillier, *The Art of the Japanese Book* (London: Sotheby's Publications, 1987), 69-78. 林麗江也曾撰文分析明代的繪畫和印刷版畫是如何影響了狩野山雪所繪的《長恨歌圖》。參見林麗江，〈此恨綿綿無絕期：狩野山雪的《長恨歌圖》研究〉，收於石守謙、廖肇亨主編，《東亞文化意象之形塑》（臺北：允晨文化實業股份有限公司，2011），頁 539-600。新作中值得關注的是 Young Kyun Oh, *Engraving Virtue: The Printing History of a Premodern Korean Moral Primer* (Leiden: Brill, 2013). 作者從朝鮮的角度勾勒了東亞三國密切互動的圖書市場，頗有新意。

限通過知識的流動被模糊化了。這種模糊化的產物，或者說是基礎，就是新的讀者群體的產生。此一群體所共享的知識常常是超越原有的社會階層和區隔而存在的，因此對於社會結構具有一定意義上的重塑力。這種模糊化也很有意思地體現在對於女性角色描繪的去階級化上，比如作者在本書最後所舉的例子，世族女子拿著以往一直被視為青樓女子專用的摺扇，而非傳統的團扇（頁 253-254）。雖然作者並未對此進行更多的展開論述，卻讓我們想到了女性讀者對於閱讀市場的貢獻。從前面所舉的《紅樓夢》的例子能看出，最晚到了清代，女性已經可以成為《博笑珠璣》一類書籍的讀者，或至少已經將該書所收錄的文字遊戲帶入日常生活中。那麼晚明又是怎樣的情形？事實上，明末清初女性在多大程度上參與了當時的閱讀網絡仍是一個有待商榷的議題。¹⁷這也就不難理解為何本書並未在女性讀者上著墨太多——除去結語中這兩個引人深思的例子。

「家和世界」的第二層含義則是針對明王朝這個整體而言的，也就是指帝國內部都市娛樂文化的蓬勃發展，和其對於外部世界的理解與展現。如果將中國和外部世界的互動比作一部小說的話，那麼十六世紀末至十七世紀初無疑是一個故事的高潮。利瑪竇（Matteo Ricci）的到來，給明朝的精英帶來了世界地圖。自發現新大陸以來的一個世紀，歐洲人所繪製的地圖已經完全不同於此前中國人所能看到的地圖形貌，並在寫實性和完備性方面，遠遠超過當時明朝的疆域圖。與之相伴的是外國商人的大批進入和外銷商品的應運而生。在這樣的背景下，也就不難理解晚明書籍為何會展現出對於異域的濃厚興趣了。這種好奇和一直以來的朝貢體系相碰撞，衍生出來的就是對於歷史脈絡的梳理和對奇人異事的獵奇。

在本文的一開始，筆者指出關於晚明書籍文化的研究，之前的學者已經達成了兩點共識，一是閱讀體驗對於書籍設計和流行的影響，二是書籍出版和都市發展的關係。何予明教授的研究不僅回應了上述兩點，而且將這兩方面的討論都深入化了。在第一點上，本書特別著眼於閱讀體驗和書籍「挪

¹⁷ Robert E. Hegel, "Niche Marketing for Late Imperial China," Cynthia Brokaw & Kai-wing Chow, *Printing and Book Culture in Late Imperial China, Printing and Book Culture in Late Imperial China* (Berkeley: University of California Press, 2005), 236.

用」現象之間的聯繫，這一概念雖是從夏提葉的研究中借用而來，卻恰如其分地勾勒出晚明閱讀群體的動態。本書的不同章節展現了「挪用」的不同表現形式，包括了第一章裡討論的對嚴肅文本的雜糅，第二章關注的對正統排版格式的打破，第三章分析的對於熟悉經典的引用，以及最後一章展現的對於歷代典籍中關於異域信息百科全書式的整合。閱讀體驗決定了挪用的進行，而挪用也同時取決於讀者群的接受度、作者的技巧和格式的設計等等。因此，這種「挪用」的現象並不僅僅指向文學意義上的對於文本的再編輯，而是牽涉到了的書籍市場的四個要素：作者、文本本身、書籍形式和讀者。¹⁸正是這四個因素的相互作用使得書籍市場具有了反映和重塑社會文化的強大影響力。這就引向了第二點共識：書籍印刷和都市社會的語境。在這一點上，何教授的研究觸角已經不侷限於都市的坊牆之間，而是延伸到了整個王朝的地理聯繫和對外國風情的再現。正如本書的副標題所著重強調的「編寫大明」（Editing the “Glorious Ming”）這個概念，何教授的研究是希望通過書籍編纂來窺見明朝的時代風貌。這個時代風貌是都市文化和異域知識的結合，是娛樂傳統和好奇心理的相互促進。也正是因為晚明書籍中所呈現出來的龐大的王朝地理、豐富的戲曲娛樂，以及對於整個外部世界的積極描繪，我們才能夠毫不猶豫地用「燦爛」或是「盛大」（glorious）這樣的詞彙來定義這半個世紀。有意思的是，書籍編纂中這種對於燦爛王朝的呈現，並不僅是為帝國體制唱響的讚歌。相反地，在這個知識盛宴中暗含著對傳統社會結構、知識體系乃至「天下」觀念的挑戰。在家國和世界的對望中，我們所看到的不僅僅是兩者的逐漸融合，也是一個逐漸遠離傳統國家體制的市民社會，是一個開始挑戰傳統朝貢體系的外部世界。

就研究方法而言，本書最大的特點莫過於對不同領域學科的涉足：文學界對於文本的細緻解讀，歷史學家對於史學脈絡和社會背景的把握，還有藝術史領域對圖文關係的視覺分析，都在本書中得到了很好的體現。事實上，對於視覺文化的重視本身就是跨學科的學術趨勢，研究的焦點多置於面向大

¹⁸ Dorothea Kraus, “Appropriation et pratiques de la lecture. Les fondements méthodologiques et théoriques de l’approche de l’histoire culturelle de Roger Chartier,” *Labyrinthe* 3 (1999), 13-25.

眾的圖像，從而使不同領域的學者獲益匪淺。上世紀九十年代初，柯律格的《近代中國早期的圖畫與視覺性》以及何谷理的《閱讀晚期中華帝國插圖小說》皆證實了視覺圖像和社會文化史的相互交融，兩位學者皆將圖像置於社會脈絡中，來分析新型消費或閱讀群體的發展。¹⁹ 1999年在普林斯頓大學舉行的有關中國文化中視覺面向的研討會，則進一步將「視覺文化」作為一個研究議題推向不同的領域，特別是歷史和宗教研究。²⁰ 太史文（Stephen Teiser）的《溫故知新：中古佛寺的輪迴圖》，伊佩霞（Patricia Buckley Ebrey）的《積累文化：宋徽宗的收藏》和黃士珊的《圖畫真形：傳統中國的道教視覺文化》就是晚近在視覺圖像跨領域研究中的代表作。²¹ 除了文人畫和宗教圖像之外，中國歷史進程中產生的大量印刷圖像，同樣吸引了不同領域學者的注意，不久前在大英博物館和大都會博物館舉行的「八到二十一世紀的中國印刷圖像」展覽正可看作這一研究趨勢的風向標。²² 本書之所以強調對視覺圖像的分析，也是對這個趨勢的回應和推動。

就書籍出版史這個領域而言，本書則從兩個層面引入了新鮮的話題。作者不僅強調了一種衡量書籍意義的新標準：時興／流行，還提出了「書籍知識」（book conversancy）的概念（頁 7-8）。相對於此前學界關注的「識字率」（literacy）的問題，此一概念無疑更貼近晚明以至清代的社會現實：大眾和精英的區分在書籍世俗化的過程中日益模糊，而特定書籍的讀者通過共享的知識變成了一個新的社會群體。本書令人信服地證明這些日後被稱為「稗販」

¹⁹ Craig Clunas, *Pictures and Visuality in Early Modern China Picturing History* (London: Reaktion Books, 1997). Robert E Hegel, *Reading Illustrated Fiction in the Late Imperial China*.

²⁰ Patricia B. Ebrey, "Introduction to a Symposium on the Visual Dimensions of Chinese Culture." *Asia Major, third series*, 12.1 (1999): 1-7.

²¹ Stephen Teiser, *Reinventing the Wheel: Paintings of Rebirth in Medieval Buddhist Temples* (Seattle: University of Washington Press, 2007). Patricia Buckley Ebrey, *Accumulating Culture: The Collections of Emperor Huizong* (Seattle: University of Washington Press, 2008). Shih-shan Susan Huang, *Picturing the True Form: Daoist Visual Culture in Traditional China* (Cambridge, Mass.: Harvard University Asia Center, 2012).

²² 大英博物館的展覽舉行於 2010 年，隨後出版了展覽圖錄 British Museum and Clarissa von Spee, *The Printed Image in China: From the 8th to the 21st Centuries* (London: British Museum Press, 2010). 大都會博物館則在 2012 年將此一展覽帶到了美國，大部分圖像都可在大都會博物館網站上找到。

的書籍確實稱得上是晚明社會的文化中心和活力所在。這些書籍見證了私人
和公共空間的融合，還有自我和他者的互動。

正如何教授在書中屢次提到的夏提葉教授所言，書籍往注意圖建立一種
「秩序」，不管這種秩序指的是書本被解讀的方式，還是書本所創造的讀者群
體。²³何教授所討論的晚明書籍的確展現了一種新的家和世界的秩序，這種
秩序既是對於原有結構的打破和挑戰，也是對於新的閱讀群體和中外相互想
像的塑造、呈現、解讀和傳播。不論這種秩序在二十年後是否因為滿清的到
來而被遺忘，留存在書卷中的這五十年，確實封存了因為家國世界種種變化
而產生的興奮、好奇和前所未有的創造力。

²³ Roger Chartier and Lydia G. Cochrane, *Order of Books*, viii.