

從「現代經濟理論」論《四庫全書總目》 ——經濟學及其相關概念與傳統中華文化研究*

楊晉龍
中央研究院
中國文哲研究所

提 要

本文旨在借助經濟學及其相關概念，說明《四庫全書總目》的現代意義，提供社會科學研究者參考，以促成學科對話的可能。經由歷史觀察與學術內容的分析，指出以經世致用及整體性四部分類為本質的傳統中國學術，面對現代追求知識的獨立性學科分類及學術全球化的趨勢，在確保學術獨立存在、了解世界問題與達成學科任務的要求下，必須了解自身學科研究概況，吸收融會相關學科的觀點、理論與成果，以達成重建與對話的必要性。借助經濟學相關概念，指出儒家「義」為群眾大利的事實；《總目》自居為指導者，替讀者篩選書籍，以推銷倫理教化等非實體意識形態；並在分類較精確、評論較適當、說明較詳細、安排較合理的表現下，建立口碑而激發潛在讀者，擴大影響層面，且有效降低讀者「尋找成本」。並分析《總目》行銷「著錄」與「存目」，禁絕「不理」與「禁燬」書籍的意圖。借由「長尾理論」證明不理與禁燬類書籍存留到現代，即因依附在小眾「長尾」之故。研究成果對《總目》與傳統學術研究，具有提供有效答案、開闊研究視野、引導研究方式及培養學科整合能力的功效；且有助於和社會科學研究者對話或溝通，加深其對傳統中國學術了解的功能。

關鍵詞：傳統中國、經學、四庫全書總目、社會科學、經濟學概念、長尾理論

* 本文發表於2007年11月16日由中央研究院中國文哲研究所、國立故宮博物院與淡江大學漢語文化暨文獻資源研究所共同主辦的「再造與衍義：文獻學國際學術會議」中，發表之際蒙評論人吳哲夫老師惠賜卓見；會後更蒙三位未具名審查人提供不同角度之高見，促使筆者認真思考改進論證不夠完善與表述不夠清晰之處，使得本文的意見與觀點，可以表達的更為清楚，訛誤也因可以減至最低，謹此致謝。本文基本上是「異類」研究者提出的「溢類」研究，恐怕是臺灣中文學

一、前言

傳統中國學術雖以經、史、子、集等四部分類，前後的排列次序，同時也表現四部間學術地位上輕重主從的關係，¹但就中國傳統學者而言，這些分類基本上是在「整體」意義下的「同質性」的分類，並非各自獨立成學的「異質性」意義下的分類，因此雖以經學為主流，除經部之書必然與經學相關之外，其他三部絕非與經學無關，反而是輔助經學極為重要的部分，司馬遷（西元前145-前86）引述孔子「我欲載之空言，不如見之於行事之深切著明也」之言，²即表明史部與經學難以分離的密切關係。東漢班固（32-92）謂九流十家「其言雖殊，辟猶水火，相滅亦相生也。仁之與義，敬之與和，相反而皆相成也。《易》曰：『天下同歸而殊塗，一致而百慮。』今異家者各推所長，窮知究慮，以明其指，雖有蔽短，合其要歸，亦六經之支與流裔。……若能修六藝之術，而觀此九家之言，舍短取長，則可以通萬方之略矣」之論，³顯示子部與經學的密切關係。集部與經學之關係，論者更多，一般比較熟悉的如《文心雕龍·宗經》所謂「論說辭序，則《易》統其首；詔策章奏，則《書》發其源；賦頌詞讚，則《詩》立其本；銘誄箴祝，則《禮》總其端；紀傳銘檄，則《春秋》為根。並窮高以樹表，極遠以啓疆，所以百家騰躍，終入環內者也。若稟經以製式，酌雅以富言，是仰山而鑄銅，煮海而為鹽也」之論，⁴可知在漢代以後中國傳統學者的心目中，著作雖因形式與內容表現的差異分而為四部，然實質上則是以經部為主而和合為一不可分割的學術整體。⁵此一整體學術之基本宗旨，即在於追求經世致用的最大

界從未出現過的研究方式，此種具有高度不確定性的實驗性質的創新研究方式，就筆者現階段的學識能力而言，只能進行比較「宏觀」意義下的論述，某位審查學者可能因此而認為筆者的舉證不足，因而要求筆者「提出詳細佐證」，同時要求筆者擴充研究規模詳細探討有關編纂《四庫全書》「乾隆帝相關的制度與人事安排」的內容，但由於一則無法確定審查學者「詳細」的標準，再則基於單篇論文難以提供大量材料論證的先天限制，故而僅能根據自己的認知斟酌修改，因此當該還有許多未盡完善之處，審查學者提供的高見，將是筆者爾後繼續充實改進的方向。但無論如何還是要感謝吳老師與三位審查人認真的審查與無私提供卓見的善意協助。

- 1 有關傳統中國學術的四部分類，具有不言自明的學術價值高下判斷意義在內的觀點，來自筆者老師吳哲夫教授私下的教導，謹此致謝。另外中西牛郎、野間文史教授、魏家川等也有相近的觀點，參見中西牛郎，《漢學活論》，頁3；金培懿，〈從《五經正義》到《十三經注疏》：訪現代日本經學家野間文史教授〉，頁19-20；魏家川，〈詩經的經典化〉，頁393等處的討論。
- 2 （漢）司馬遷撰，（劉宋）裴駰集解，（唐）司馬貞索隱，（唐）張守節正義，《史記三家注·太史公自序》，卷130，頁3297。
- 3 （漢）班固撰，（唐）顏師古注，《漢書·藝文志》，卷30，頁1746。
- 4 （南朝梁）劉勰著，周振甫注，《文心雕龍注釋·宗經》，頁32。
- 5 清代章學誠所以會有「後世文字，必溯源於六藝」之論，自與此學術整體性的概念相關。參見

可能性，故謂之「實學」，意即實踐之學。此一追求學術知識確實執行的要求，並非自漢代才出現，而是從孔子（前551-前479）以來，就是中國傳統學者為學的基調，孔子「君子恥其言而過其行」之論；「晨門」評論孔子為「是知其不可而為之者」的人；子貢慎重其事的請教孔子「有一言而可以終身行之者乎」的提問；還有孔子「人能弘道，非道弘人」的宣示等等，⁶ 均可見此一強調知識實踐的訊息。呈現東周到漢代思想的《禮記》，其中也同樣有所謂「君子有三患：未之聞，患弗得聞也；既聞之，患弗得學也；既學之，患弗能行也。君子有五恥：居其位無其言，君子恥之；有其言無其行，君子恥之；既得之而又失之，君子恥之；地有餘而民不足，君子恥之；衆寡均而倍焉，君子恥之」之論；⁷ 即使到代表清初正統思想的《四庫全書總目》（下稱《總目》），依然也還在強調「士大夫自甲科通籍，於聖賢大義不患不知，顧實踐何如耳，不在乎聚而講也」，以及「行求無愧於聖賢，學求有濟於天下，古之所謂大儒者有體有用，不過如此」的體用合一之「實踐」要求，⁸ 這些都是傳統中國學術要求躬行實踐以求致用，反對脫離現實而空說或空想的基本為學態度的表現。既然講求實踐，則必然要考慮到社會現實的狀況，絕不是用空幻的理想要求社會「削足適履」的回到書本的世界中去，這可以稍藉《總目》之論而知之，例如對於清代與前代許多學者，主張推行古代的「井田」制度以均貧富的理想，《總目》即從實際上不可行的角度進行批駁云：

阡陌既開以後，井田廢二千餘載矣，雖以聖人居天子之位，亦不能割裂州郡，剷平城堡，驅天下久安耕鑿之民，悉奪其所有，使之蕩析變遷，以均貧富。一二迂儒，乃竊竊然私議復之，是亂天下之術也。

究而論之，自阡陌既開以後，田業於民，不授於官，二千年於茲矣。雖有聖帝明王，斷不能一旦舉天下之民，奪其所有，益其所無而均之。亦斷不能舉天下之田，清查其此在限外，此在限內，此可聽其買賣，此不可聽其買賣而限之，使黠豪反得隱蔽為姦，猾胥反得挾持漁利，而閭里愚懦紛紛然日受其擾。故漢董仲舒；北魏李安世；唐陸贄、牛僧孺；宋

（清）章學誠，《校讐通義內篇·原道》，史城等編，《章學誠遺書》，卷10，頁95。

6 （宋）朱熹，《論語集注·憲問》，《四書章句集註》，卷7，頁156，158；〈衛靈公〉，卷8，頁166-167。

7 （漢）鄭玄注，（唐）孔穎達等疏，《禮記注疏·雜記下》，卷43，頁6，總頁750。

8 （清）紀昀等，《四庫全書總目·馮少墟集提要》，卷172，頁1514；〈文正集提要〉，卷152，頁1311。

留正、謝方叔；元陳天麟，皆反覆言之，而卒不能行。此猶可曰權不屬、時不可也。宋太宗承五季凋殘之後，宋高宗當南渡草創之初，以天子之尊，決意行之，亦終無成效，……所言其迂而寡當，可見矣。⁹

宋代錢文子（1170-1220前後）則建議宋朝皇帝根據「井田」制的精神，恢復「寓兵於農」的政策，《總目》分析不可行的原因是：

兵農既分以後，其勢不可復合，必欲強復古制，不約以軍律，則兵不足恃，必約以軍律，則兵未練而農先擾。故三代以下，但可以屯種之法寓農於兵，不能以井田之制寓兵於農。（錢）文子所論，所謂言之則成理，而試之則不可行者。即以宋事而論，數十萬之眾，久已仰食於官。如一旦汰之歸農，勢不能靖，惟有聚為賊盜耳。如以漸而損之，則兵未能遽化為農，農又未能遽化為兵，倉卒有事，何以禦之？此又明知其弊而不能驟革者也。¹⁰

從《總目》「言之則成理，而試之則不可行」的批評，當可知道必須是事實上可行的才是經世之學，否則不過是「迂闊」無用之論，此一要求按照社會現實提供當代社會或個人最佳對策，因而反對「合理卻不可行」政策的基本原則，¹¹可以再借《總目》對顧炎武（1613-1682）和顏元（1635-1704）的評論更加證實，《總目》說「炎武生於明末，喜談經世之務，激於時事，慨然以復古為志。其說或迂而難行，或愎而過銳。觀所作〈音學五書後序〉，至謂『聖人復起，必舉今日之音而還之淳古。』是豈可行之事乎？」批評顏元「大旨欲全復井田、封建、學校、徵辟、肉刑及寓兵於農之法。夫古法之廢久矣，王道必因時勢；時勢既非，雖以神聖之智，藉帝王之權，亦不能強復。強復之，必亂天下，（顏）元所云云，殆於瞽談黑白。」¹²從《總目》注重「時」與「勢」的言論，至少可以了解直到清代，還是認為學術必須是針對現實提供可行之策，亦即必須要能合乎「篤

9 （清）紀昀等，《四庫全書總目·周禮井田譜提要》，卷23，頁188；〈採芹錄提要〉，卷122，頁1055。

10 （清）紀昀等，《四庫全書總目·補漢兵志提要》，卷82，頁710。

11 《四庫全書總目》批評這類「迂」、「迂闊」、「迂疎」或「迂謬」的言論，除本文明白舉出者外，還有不少，主要都是針對那些「不達時勢」之論而發。此可從「故宮寒泉古典文獻全文檢索資料庫」：<http://libnt.npm.gov.tw/s25/index.htm>中《四庫總目》全文檢索而得知，或當不煩備舉。

12 （清）紀昀等，《四庫全書總目·日知錄提要》，卷119，頁1029；〈存治編提要〉，卷97，頁823。

實近理」「切於事情」之類的要求。¹³此一「經世之務」必須注重時勢相配合的基本原則，實際上從孔子開始即是如此，孔子的「使民以時」、「無可無不可」之言，甚至回答陽貨所謂「好從事而亟失時」為「不知」之論，¹⁴莫不隱含有必須注重時勢的要求；孟軻（前372-前289）更曾分析聖人的實質內涵，而有清、任、和、時等四種境界的高下之別，並因孔子具有「可以速而速，可以久而久，可以處而處，可以仕而仕」的「各當其可」的行為表現，因而稱美為「聖之時者」，同時還給予「金聲而玉振之」的「集大成也者」的最高讚美。¹⁵所謂「時」、所謂「各當其可」，就具有強烈的注重「時」與「勢」的意義，可知儒家的經世精神，絕非舉世界而倒退回到過去「文明前」的混沌世界，反而是要以經典陳述的理想過去為基礎，針對當代社會既存的問題與需要，提供較佳出路的可行之策，以便可以創建更美好的未來，這個基本要求當然不是清代學者或某一時期學者所獨有，而是孔子以來絕大部分傳統中國學者念茲在茲的基本原則。

傳統中國學術此種強烈要求針對現實做出反應的實踐特色，由於與民國以來，引入的西方現代學術追求純知識概念的基本原則不相符合，因而受到極大的衝擊，甚至削足適履的被重組、肢解而納入許多西洋學科的分類要求之中；再加上傳統中國學術原本生存的環境消失，經世致用的實踐要求也跟著幾乎消失殆盡，其中尤其以傳統經學一門受到的衝擊最大，不僅失去獨佔學術市場的地位，同時也失去以往在整體社會上的重大影響力，甚至幾乎不能成為學術研究對象。為了因應時勢變化的環境需要，故而今日的經學大致已經擺落了大部分傳統精神價值的重擔，因而成為比較符合現代學科分類意義下的一門專業學科。經學生存的社會環境既然已經改變，當然也就無法如傳統社會般「動見觀瞻」的受到重視，因而導致現代多數的經學研究者，幾乎已經不再強調致用的價值，經世則就更不必說了，只是將經學當作一種學術研究的基礎材料，不再是具有實踐價值的規範性文本，然而經學若是不希望在現代學術分科的切割之下淪亡，就不應該遺忘經學原本具有的「致用」實踐價值的原始呼喚，在現代社會的環境下，經學的「經

13 如〈溫公易說提要〉有「切於日用」之說；〈周易詳解提要〉有「切於人事」之文；〈讀易餘言提要〉有「篤實近理」之論；〈右編提要〉有「切於事情，可資法戒」之言；〈祠部集提要〉有「切中事情，多有裨於世用」之說等等。見（清）紀昀等，《四庫全書總目》，卷2，頁6；卷3，頁19；卷5，頁56，頁512；卷152，頁1313。

14 （宋）朱熹，《論語集注·學而》，卷1，頁49；〈陽貨〉，卷9，頁175；〈微子〉，卷9，頁186等。

15 （宋）朱熹，《孟子集注·萬章下》，卷10，頁314-315。

世」適用範圍與可能性固然已經縮小，但其「致用」的實踐精神卻不應該令其消失，¹⁶筆者私以為這是現代經學研究者當該有的基本認知與自我承擔。

代表傳統中國學術的經學研究者，面對當代社會與學術而產生的生存與發展的困境，現代經學研究者自然再也無法讓世界轉回到傳統中國的情境中，因此若要繼續保持其傳統本有的致用的學術基本精神，那就必須深刻地認知《總目》所謂「合理可行」的意義，並以此來面對當代的社會與世界的挑戰，就經學的生存與發展而言，面對的意義至少可以有三點：一是確保經學本身的獨立存在；二是必須確實而深入的了解當代社會與世界面臨的問題；三是尋求可以協助經學達到實踐目標的有效助力。在此三項基本意義要求的前提下，於是現代經學研究者適當的引入當代學術的新觀念，以及進行適當的學科整合，使得經學的研究因為這樣的「重建」(reconstruction)，¹⁷可以和現代社會接榫，就成為相當必要的思考方向，尤其是面對全球化趨勢越來越強的二十一世紀，結合各種相關學術以強化經學的體質、增強經學實踐性的可能，以鞏固經學的地位，進而朝向更有利的學術方向發展，當該是值得特別重視與進行的工作。¹⁸在現代學術分科衆多紛紜的人文學科與社會科學中，無論那一學科對經學之鞏固與實踐性多多少少都會有一些幫助，筆者比較注意的則是社會學與經濟學，主要是經學的實踐活動必然要在社會之中進行，根據英國社會學家安東尼·吉登斯(Anthony Giddens, 1938-)對「社會學」的定義：「社會學是對人類生活、群體和社會的研究。……把作為社會存

16 有關五四新文化運動以來判定傳統中國學術阻礙中國現代化，因而必須剷除，以及認為傳統中國學術可以「開出」現代化等等「二元對立」意義下的爭論，當然是學界的常識性意見，有關這方面總括性的討論，建議參考李明輝先生：《儒家視野下的政治思想》一書所論，其中〈孔子論「學」：儒家的文化意識〉，頁1-15有關孔子「學」的意義及以實踐為終極目標的探討，頗有助於本文前述相關實踐觀點的說明。不過李先生探討有關「學」字為「覺悟」或「效法」的詮釋之際，以李先生的博學竟然未能參考戴君仁先生〈一字見宗旨〉的相關意見，倒頗令人意外，此亦可見不同學科之間的隔閡。戴先生之文收入《梅園論學續集》，頁342-348。

17 這是借用德國社會學者哈伯瑪斯(Jürgen Habermas)的觀點，哈伯瑪斯說：「重建意謂：我們將一套理論拆解，再以新的形式將它重新組合起來，以便更妥善地達成它所設定的目標。對於一套在若干方面需要修正、但其推動潛力(始終)仍未枯竭的理論來說，這是正常的處理方式。」這裡用的是李明輝先生的翻譯，見李明輝先生，〈序言〉，《儒家視野下的政治思想》，頁ix腳註3。大陸學者郭官義的翻譯作：「我們所說的重建是把一種理論拆開，用新的形式重新加以組合，以便更好地達到這種理論所確立的目標。這是對待一種在某些方面需要修正、但其鼓舞人心的潛力仍舊(始終)沒有枯竭的理論的一種正常態度。」見尤爾根·哈貝瑪斯著，郭官義譯，《重建歷史唯物主義》，頁3。

18 有關現代學術研究，必須具有「世界觀」的問題，參見張玉法，〈「漢學研究」名稱之商榷及其反省〉，思與言雜誌社編，《史學與社會科學論集》，頁345-356的討論。有關現代社會「全球化」觀點的必要性考慮，參見安東尼·吉登斯著，趙旭東等譯，《社會學(第四版)》，頁61-94的討論。

在的我們自己的行為視為研究對象的社會學，它的研究範圍極為寬廣。從分析街上行人之間的短暫接觸，到探討全球社會進程都可納入其中。」¹⁹ 依照吉登斯定義的精神，經學於是可從社會學的理論與研究成果中，選取某些具有認識當代社會狀況或價值取向的相關成果，做為研究之際的借鑒之用。再如另一位著名的德國社會學家伍爾利希·貝克（Ulrich Beck, 1944-），強調現代社會因為「系統化及相互依賴，沒有單一決策者決定一切。一旦災難造成，並不會有法律方面的問題，因為沒有人可以全權決定，沒有確切的責任對象，所以風險的製造一切合法」的「危險正常化」的「風險社會」屬性，²⁰ 其實也可以對應傳統經學要求自我承擔責任的相關分析，然此非本文重點，故在此暫且不論。至於經學與經濟學的關係，則或者以傳統經籍當作經濟學研究的材料，以瞭解傳統社會的經濟觀，例如曾經跟隨美國著名經濟學者克拉克（John Bates Clark, 1847-1938）學習的陳煥章（1881-1931），曾經為了要「昌明孔教以發揮中國文明」，於是就以「西人科學之法」研究孔門諸子的經濟觀點，終在1911年出版了《孔門理財學》一書，²¹ 此即以經書為經濟學研究材料，辨析傳統經學家經濟觀點的例證。本文當然是基於筆者研究專業的要求，因而以經學為主要對象的探討，但傳統中國學術既然是以經學為主而形成一個不可分割的整體，故此此一針對經學發言的分析探討，自然也可以適用於對整體傳統中國學術的討論。

從發展與深化傳統中國學術現代意義與價值的主要前提出發，觀察現代經濟學相關概念與理論的發展過程中，是否有那些可以運用及值得借鑑的理論或觀點，則大致可以接受那位「先後提出了『理性犯罪論』、『理性生育論』及『人力資本論』三大學說，震撼學界數十年」，朱敬一（1955-）與林全（1951-）因而共同推崇為二十世紀對經濟思潮貢獻第一人，美國籍的諾貝爾經濟獎（1992）得主貝克爾（Gary Stanley Becker, 1930-）的觀點進行討論。²² 貝克爾認為現代經濟

19 見安東尼·吉登斯著，趙旭東等譯，《社會學》，頁2。

20 胡正光，〈從工具理性批判的角度看貝克的「第二現代」〉，頁445-484的討論，引文見頁458。對貝克社會學觀點有興趣者，可以參考孫治本譯，《全球化危機：全球化的形成、風險與機會》；汪浩譯，《風險社會：通往另一個現代的路上》及顧忠華主編，《第二現代：風險社會的出路？》等。

21 史威德，〈克拉克獎的克拉克〉，《經濟家學》，頁94-98的介紹討論。「理財學」現在翻譯做「經濟學」，故此書實是討論「孔門經濟學」之書。另外20世紀下半葉興起的所謂「亞洲四小龍」與儒家關係的眾多討論，實也可以納入此一範圍內思考，此可參考楊君實、杜念中編《儒家倫理與經濟發展》一書中諸文的簡略討論。

22 朱敬一、林全，〈無所不在的「傳訊」機制：兼論貝克教授的學術貢獻〉，《經濟學的視野》，頁75，86。同意貝克爾的意見及同意經濟學把人的行為都納入其研究範圍，並非同意經濟學可以分

學「已經進入第三階段，在第一階段，人們認為經濟學僅限於研究物質資料的生產和消費結構，僅此而已（即傳統市場學）；到了第二階段，經濟理論的範圍擴大到全面研究商品的現象，即研究貨幣交換關係；今天，經濟研究的領域已囊括人類的全部行為及與之相關的全部決定。」²³ 第三階段的經濟學於是成為「研究『人的行為』的一門學科」，因此「凡是人的行為皆是經濟學的研究範圍」，²⁴ 所以「凡是涉及人的行為的事情，都可藉由經濟分析來處理」，²⁵ 根據貝克爾前述的基本觀點，第三階段的經濟學於是也就可以將教育、婚姻、家庭、友誼、法律、生兒育女、健康需求、犯罪行為、登山山難等等，比較有效的納入經濟學相關的討論範圍之內。²⁶ 另一位諾貝爾經濟學獎（1998）得主印度裔的美國學者沈恩（Amartya Sen, 1933-），更強調「經濟學所關注的應該是真實的人」，因而認為「福利經濟學可以借著對倫理學多加留意而更豐富其內涵，同時倫理學的研究也能透過與經濟學的更緊密接觸而獲益匪淺」，²⁷ 不僅著重經濟學對於其他學科的單向分析，更注意經濟學與其他學科互相獲益的可能性；並且除倫理外更在《經濟發展與自由》中分析了經濟與自由、人權、文化、正義、女權等等問題的關係。²⁸ 傳統中國學術涉及的實踐要求，諸如個人的道德修養、公共事務的參與、追求公道的分配等等，也大都不離前述貝克爾與沈恩涉及的相關行為與理念，因此引入結合經濟學第三階段的相關觀念進入傳統中國學術的研究範圍，以便更有效的挖掘傳統中國學術的現代意義與價值，發揮傳統中國學術在現代社會可能存在的作用與影響功能，進而達到鞏固與發展傳統中國學術的目的，當該不會是太過於荒謬的想法。

析解釋人類經驗到的所有層面，同時也不代表同意經濟學能分析解釋的比沒有或無法分析解釋的部分更為重要。有關經濟學的基本理念與解釋的限制性，參見麥肯齊（Richard B. McKenzie）、塔洛克（Gorden Tullock）著，黃瑞坤譯，《經濟學的新世界》，頁1-65的相關討論。

23 加里·S·貝克爾著，王業宇、陳琪譯，《人類行為的經濟分析》，頁3。

24 吳惠林，〈經濟學到底是什麼〉，《人生經濟學》，頁4；〈經濟學的過去、現在、未來〉，頁130。

25 吳惠林，〈作者序〉，《經濟學的天空：一位經濟學徒的管窺面》，頁17。

26 如前述的貝克爾在《人類行為的經濟分析》中即探討分析了「政治和法律」、「犯罪和懲罰」、「時間和家庭生產」、「婚姻、生育力和家庭」等問題；高希均，〈從經濟觀點論教育問題〉，《天下那有「白吃的午餐」：高希均論文集》，頁89-182中則著重分析教育問題；吳惠林在《人生經濟學》中則分析了生兒育女、健康需求、友誼、現代婚姻等問題；林全和朱敬一在《經濟學的視野》中則討論分析了知識、法律、教育、政治、幸福等等問題；美國的麥肯齊與塔洛克在《經濟學的新世界》中則分析討論了性、情感、婚姻、家庭、生育、犯罪、作弊、說謊等等的問題。

27 Amartya Sen 著，劉楚俊譯，《倫理與經濟》，頁2，93。

28 沈恩著，劉楚俊譯《經濟發展與自由》的討論。

本文即以前述積極引入結合經濟學第三階段的相關觀念，以及借用現代經濟學某些相關的概念，例如廣告行銷與商品目錄功能等觀點的運用，以探討分析《總目》的現代學術之意義與價值。²⁹ 由於本議題的研究設計，根據筆者粗淺的了解，似乎除筆者之外，還沒有其他學者有類似的研究思考，因此在研究上無法獲得有效而可以借鑑的前驅性研究典範，本文因而才不嫌辭費的在「前言」中，分析論證可以合法建構此一類型研究議題的原因，這同時也表示在本文的研究議題之中，《總目》不僅僅是目錄學的專著而已，同時也是經學與其他中國傳統學術重要的內涵表現，亦即《總目》在本研究議題中同時兼涉有表現目錄學與傳統學術內容、意義與價值的雙重身分。至於本文使用的研究文獻，除《總目》的紙本之外，同時也借助國立故宮博物院的「寒泉古典文獻全文檢索資料庫」，中央研究院的「漢籍電子文獻瀚典全文檢索系統」及「文淵閣四庫全書電子版」等網路系統，³⁰ 進行資料的搜尋。至於經濟學及其相關的觀點與理論，除運用部份的相關書籍之外，同時也參考中文版「維基百科」提供的相關解說，並參酌大陸中國大百科全書出版社的「中國大百科全書智慧藏」及臺北中國文化大學開發的「中華百科全書」等兩個網路查詢系統內的解說。³¹ 本文實際研究進行的程序，除確立本類型議題合法性的「前言」之外，首先將從經濟學及其相關概念與理論的角度，分析探討傳統中國學術的內涵中，某些隱藏的與經濟學觀念具有相關性的「潛在性」內容，因而確認借用經濟學及其相關概念以探討中華傳統文化與學術相關議題的合法性與有效性；其次則從經濟學相關概念的角度分析探索傳統目錄學的功能，可能隱含的某些經濟學的意義與價值，這一小節主要是以筆者〈摘要寫作析論〉一文相關概念的進一步深化，³² 用以說明《總目》在現代學術意義下的功能與意義；再則借用美國克里斯·安德森（Chris Anderson, 1961-）所著 *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* 一書中文版的某些觀點，³³

29 此處本有「以闡發傳統中國學術的現代意義與價值之構思為前提」的提法，經由未具名審查學者的提醒，此言確實過於誇大，故而加以刪除；同時本文涉及的觀點與理論，並非全屬嚴格意義的經濟學範圍，同時還包括有管理學與行銷學等等的觀念，故而加入「相關的概念」一句，以求名實相符，感謝未具名審查者的認真審查與提醒。

30 「文淵閣四庫全書電子版」網址：<http://siku.sinica.edu.tw/>；「瀚典全文檢索系統」網址：<http://www.sinica.edu.tw/~tdbproj/handy1/>。

31 「維基百科」網址：<http://zh.wikipedia.org/>；「中華百科全書」網址：<http://ap6.pccu.edu.tw/Encyclopedia/index.asp>；「中國大百科全書智慧藏」網址：<http://140.109.8.45/cpedia/>。

32 楊晉龍，〈摘要寫作析論〉，張高評主編，《實用中文寫作學》，頁259-305。

33 克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論：打破80/20法則的新經濟學》。

從消費者與生產者的不同立場，探討《總目》的「著錄」與「存目」的收書標準中，可能具有的隱藏性廣告與行銷的內涵，同時分析此一內涵的功能與價值；最後則統整全文的研究成果，分析此一研究在議題、方法與內容上可能的發現與功能，並檢討可能存在的問題，然後總結此文可能具有的學術貢獻與限制做為結論。將《總目》納入經濟學及其相關理論概念討論的同時，筆者當然充分了解《總目》行銷的主要是傳統精神性意識形態意義下的抽象產品（教化觀等），並不是現代經濟學意義下的實體產品，此一本質上存在的差別，在下文中雖不會時時提起，但此一本質性的認知，實際上卻貫穿此文所有涉及經濟學及其相關概念的分析之中，此乃必須先加說明的研究前提。由於此文乃是筆者私下設計的實驗性研究議題，並且還未經過專精的學者專家之檢證，因此是否能夠成立或成功，筆者並沒有完全的把握，不當之處必在所難免，敬請諸位專家學者們不吝指正，以便讓本文的疏漏可以減到最低，特在此先行致謝。

二、以經濟學及其相關概念闡釋傳統中國學術可能性的分析

人類生活的過程中，個人之外，從家庭到宗族到民族到國家等等大大小小的群體，延續生命都是其中最重要的任務，沒有個人生命則其他一切的意義均不可能存在，即使為種種不同意識形態而出現的所謂「捨生取義」或「殺身成仁」，這一類自願毀滅自我生命的壯烈行為，絕對也不會僅是毫無價值或效率的行為，實質上也是為了延續另一個或另一群的生命，即使是延續非生物意義的諸如思想、觀念、意識等一類生產的精神生命的行為，還是必須以生物生命為根據，否則根本無法成立，由此可知延續生物生命的重要性。延續生物生命必然有某些必須進行的個人或社會的行為，最原始的人類如何進行維持與延續生命的生活行為，現在雖然無法完全理解，但可以推測人類發展到某個階段，當該會因為維持與延續生命的生活需要，³⁴ 因而出現種種的「消費行為」（consumer behavior），此類因基本生存需要而出現的純粹物質性的「交換」（exchange）行為，主要提供的是滿足他方需要而可以交換的物質產品（product），這類產品就是所謂商品（commodities），但此種純粹以物易物的物質性交換行為，必然受到空間的習俗和場所；商品交易和儲藏的時間等限制，當人類社會的範圍與交往逐漸擴大，

34 在本文中「需要」一詞的涵義，綜合了本能上的“need”、偏好某種商品的“want”、可以負擔的特殊欲求的“demand”等三種內容，使用之際不再特別說明。

消費需要逐漸拓展以後，以物易物的方式終至無法滿足消費者（consumer）的需要，於是再進一步發展而將商品轉換為等值或等價的「貨幣」（money），進行以貨幣為媒介（media）的消費交易行為，以貨幣進行交換的活動即是「商品流通」（circulation of commodities）的表現。然而無論以物易物或商品流通，進行交換的雙方，必然都會要求在交換過程中可以取得最大利益（interest）或最值得的收益（profit），此種以追求自己最大利益或最值得的收益為前提而進行交換行為的活動，就是所謂經濟活動（economic activities）。

清末民初以來中文世界使用的「經濟」（economy）一詞，係來自日語使用古漢語翻譯的歐洲詞彙，³⁵ 其涵義固然來自歐洲，但並不表示中文世界沒有此類活動與觀念，孟軻對梁惠王和宋牼都曾提到為政者要「懷仁義」而不要言「利」之事，³⁶ 表面上孟軻似乎反對「利」，但若仔細斟酌孟軻的意思，則可知其並未反對「利」，只是反對因為一人一家之「利」而犧牲更大群體之「利」的「小利」而已，孟軻所謂「義」實質上就是一種「大利」，此種「大利」並沒有完全排除個人的「小利」，只是把實質存在的「小利」當成抽象存在的「大利」之附屬品而已，強調的是應當為「大利」而犧牲「小利」，亦即可以因抽象的「仁義」而犧牲實存「個人」生命的堅持，可知孟軻所謂「義」實際上應包括個人與群體及物質性與精神性的種種內容綜合之「大利」，但無論用何種美麗眩人的詞彙，根源上還是脫離不了一個「利」字，只是以最值得的群體之利為主而個人之利做為附庸而已，此亦可見司馬遷所謂「天下熙熙，皆為利來；天下壤壤，皆為利往」之論的睿智了。³⁷ 孟軻提倡追求此種「義」的理想，後來成為傳統中國非常重要的意識形態（ideology），尤其宋代理學形成以後，「義利之辨」更成為理學家們最為重視的研討內涵之一。孟軻的「義」固然不強調追求個人物質性的「私利」，然而不容否認的是站在群體性或精神性的意識形態的立場追求「義」的活動，即使完全排除追求個人最大利益的私利，但同樣還是在追求某一「當事人」的最大利益或最值得的收益，同樣是以某種東西，諸如個人生命、個人的私利等交換取得另一種東西，例如青史留名、社會清譽等的行為，同樣也是某一種「看

35 劉禾（Lydia H. Liu）著，宋偉杰等譯，《跨語際實踐：文學，民族文化與被譯介的現代性（中國，1900-1937）》，頁370-371，412。

36 （宋）朱熹，《孟子集注·梁惠王上》，卷1，頁201-202；〈告子下〉，卷12，頁340-341。

37 （漢）司馬遷撰，（劉宋）裴駟集解，（唐）司馬貞索隱，（唐）張守節正義，《史記三家注·貨殖列傳》，卷129，頁3255-3256。

不見的手」(an invisible hand)的「求利」之心的發用，故而也就可以納入現代經濟學及其相關概念的範圍內進行討論。即使是一般認為追求「清心寡欲」而必須遠離塵俗與利益干擾的佛教徒，亦無法完全脫離經濟因素的制約。³⁸這就是利用現代經濟學及其相關概念以研究傳統中國學術議題可以成立的主要理由。再者此一商品交換行為的分析，僅是針對當事人行為表現的模式而發言，既然視「義利之辨」為一潛在的意識形態，則就不會涉及到當事人自覺的原始動機認定的問題，亦即本文並未假設所有「捨利取義」的人，事先都有一個自覺地要追求「投資報酬率」(return on investment)的個人性經濟利益(economic interests)計算之心，這是本文進行實際寫作之前必須特別強調的一個非常重要的基本原則。其次本文係將學術看成是可以進行交換的產品，而不僅僅是當做一種資產、一種價值儲藏的如學者個人學識品德修養一類，不能進行交換的私人財富形式而已，³⁹兩個不同觀點的區別，在於當作可以交換的產品，則涉及的是「能不能」或「如何能」進入市場，以取得最佳優勢而獲得最高利潤的競爭問題；當成不能交換的財富形式，則涉及的僅是「要不要」或「想不想」，甚至是「如何避免」進入市場的問題，因此不涉及直接的市場競爭與利潤獲得的相關問題，這是本文寫作上另一個重要的基本立場。

當商品流通成為一般性的交易行為之後，則如何讓消費者方便取得需要的商品訊息，以及如何讓消費者選擇自己的產品，因而拒絕他人的產品，這就涉及到產品的「曝光率」及「品牌」等相關的問題。提供消費者需要的商品資訊，以及導引消費者選擇自己的產品，就涉及到相同或相近產品之間，遲早會出現的直接面對敵對商品或替代品之間的商業競爭(commerce competition)行為，要在商業競爭中取得最佳優勢，產品在實質上優良固然非常重要，但並不一定具有絕對性的影響關係，反而是讓消費者自覺或不自覺的認定，此一產品是自己最需要而且最適合的產品，亦即對消費者而言是成本最低而利潤最大或功能最強的最值得的高效率產品，因而讓消費者有一種對自身而言類似「交換最優條件」的最大限度滿足感的想像，⁴⁰任何產品要讓消費者興起此種對自己利益最大與最大限度滿

38 這方面的研究探討，比較著名的是法國學者謝和耐(Jacques Gernet)的成果。參見耿昇譯，《中國五—十世紀的寺院經濟》一書的討論，尤其〈導論〉部分的相關說明。

39 此一觀點係藉用轉化「劍橋派」經濟學家對貨幣的定位，原意參見羅志如等著，《當代西方經濟學說》，下冊，頁429-432。

40 「交換最優條件」的說法是借用轉化「新福利經濟學」的觀點而成。該詞原意參見羅志如等著，《當代西方經濟學說》，上冊，頁388-389。

足感的感覺想像，則適當的行銷（marketing）策略就變得非常重要。就比較廣義的角度言，行銷乃是「泛指人們在社會生活中，通過一定的形式傳遞訊息，讓他人接受自己的意願和觀念或購買商品和服務」的一種行為，目的則是「通過傳遞訊息進行說服、爭取同情理解和被接受」。⁴¹ 例如在百家爭鳴的東周時代，許多知識人到各國京城遊歷，透過著書、上書或大臣推薦而面談等種種的手段，尋找可以接受自己主張的國君，以便執行自己的「強國」或「富民」的目標，就這類周遊列國遊說大臣國君的行為模式而言，實質上就是一種類似現代經濟學意義下的行銷行為。但行銷成功與否的關鍵，乃在該產品是否符合消費者主觀的需要，消費者此種主觀想像不一定是客觀上最正確的選擇，亦即有可能出現「人們在自己所需要的東西與所尋求的東西之間經常存在著不一致」的所謂經濟不理性狀態。⁴² 孔子和孟軻「不遇」的歷史事實，正可以借用「經濟不理性」的觀點而獲得必要的說明，孔孟的主張與同時代其他諸家相比較，固然是一種可以長期持有而後遺症最少的優良產品，但在當時並沒有任何國君願意真正接受。孔子由於堅持「富而可求也，雖執鞭之士，吾亦爲之。如不可求，從吾所好」的基本原則，因此雖有子貢（前520-前456）所謂「他人之賢者，丘陵也，猶可踰也；仲尼，日月也，無得而踰焉」及「夫子之不可及也，猶天之不可階而升也」的行銷讚美；⁴³ 陳蔡大夫等「孔子賢者，所刺譏皆中諸侯之疾」的優良品牌認知，但正如孔子三十五歲到齊國「爲高昭子家臣，欲以通乎景公」，景公悅其言，「欲以尼谿田封孔子」，晏嬰卻以「自大賢之息，周室既衰，禮樂缺有閒。今孔子盛容飾，繁登降之禮，趨詳之節，累世不能殫其學，當年不能究其禮，君欲用之以移齊俗，非所以先細民也」的理由阻撓，使得齊景公打消分封孔子的念頭，這個理由明顯指出孔子的主張過於迂緩，不符合齊國當下的需要，因此產品雖佳但卻沒有銷路。至於孟軻的狀況，則司馬遷「游事齊宣王，宣王不能用；適梁，梁惠王不果所言，則見以爲迂遠而闕於事情」的敘述，以及「當是之時，秦用商君，富國彊兵；楚、魏用吳起，戰勝弱敵；齊威王、宣王用孫子、田忌之徒，而諸侯東面朝齊。天下方務於合從連衡，以攻伐爲賢，而孟軻乃述唐、虞、三代之德，是以所如者不合」的說明理由，⁴⁴ 明顯的表示孟軻也是產品雖佳，卻不符合消費者的需

41 吳建安等編著，《現代推銷學》，頁2-112相關的討論。

42 陶永誼，《曠日持久的論戰：經濟學的方法論之爭》，頁200。

43 （宋）朱熹，《論語集注·述而》，卷4，頁96；〈子張〉，卷10，頁192-193。

44 以上諸說見（漢）司馬遷撰，（劉宋）裴駰集解，（唐）司馬貞索隱，（唐）張守節正義，《史記三家注·孔子世家》，卷47，頁1930，1910-1911；〈孟子荀卿列傳〉，卷74，頁2343。

要，故而雖認真自我行銷，卻未能成功的誘導消費者接受其產品。成功行銷產品的例證，則可舉韓非（?-前233）為例，韓非不像孔孟般的進行直接面對面的「口頭行銷」，而是透過著書方式的間接行銷，使身為消費者的秦始皇（前259-前209）主動發現此一產品，而有「得見此人與之游，死不恨矣」的強烈需求感，此自是韓非「疾治國不務脩明其法制，執勢以御其臣下；富國彊兵而以求人任賢，反舉浮淫之蠹而加之於功實之上」的主張，⁴⁵ 符合秦始皇當時需要之故，因而樂意接受其產品，但秦皇朝接受韓非代表的法家思想之後，僅兩代而亡，表示其產品的功能有限，因此無法繼續保有政治市場上的優勢。孔子代表的儒家主張，在東周動盪的時代，固然不符合當時急功近利時局的需要，因而被視為「迂遠」而不切實際，但孔子個人的行銷失敗，卻不等於孔子學說的完全失敗，因為「仲尼既沒，七十子之徒散遊諸侯，大者為卿相師傅，小者友教士大夫，或隱而不見。故子張居陳、澹臺子羽居楚、子夏居西河、子貢終於齊。如田子方、段干木、吳起、禽滑釐之屬，皆受業於子夏之倫，為王者師。是時，獨魏文侯好學，天下並爭於戰國，儒術既黜焉，然齊魯之間學者猶弗廢。至於威、宣之際，孟子、孫卿之列，咸遵夫子之業而潤色之，以學顯於當世」，⁴⁶ 孔子的弟子門人所以受到當世的注意，當然與孔子周遊列國自我行銷的高「曝光率」相關，孔子之學在東周時固然未能成為「暢銷品」，但卻也不是完全缺乏市場價值的「倉儲品」或「次級品」，等到進入「大一統」的漢代，經由陸賈、叔孫通；公孫弘（前200-前121）、董仲舒（前176-前104）等等先後接續孔門弟子行銷的努力，其間雖曾遇到喜好《老子》之言與「黃老之術」且握有實權的竇太后（?-前135），「儒者文多質少」批判性的惡意阻撓，⁴⁷ 但在竇太后死後，由於儒家對整體政治情勢發展的正面功能，尤其董仲舒所謂「《春秋》『大一統』者，天地之常經，古今之通誼也。今師異道，人異論，百家殊方，指意不同，是以上亡以持一統；法制數變，下不知所守。臣愚以為諸不在六藝之科孔子之術者，皆絕其道，勿使並進，邪辟之說滅息，然後統紀可一而法度可明，民知所從矣」之說，⁴⁸ 獲得漢武帝（前156-前87）的青睞，終於成為傳統中國官方學術正統地位的唯一顯學。用經濟學概念

45 （漢）司馬遷撰，（劉宋）裴駰集解，（唐）司馬貞索隱，（唐）張守節正義，《史記三家注·老子韓非列傳》，卷63，頁2147，2155。

46 （漢）班固撰，（唐）顏師古注，《漢書·儒林傳》，卷58，頁3591。

47 （漢）司馬遷撰，（劉宋）裴駰集解，（唐）司馬貞索隱，（唐）張守節正義，《史記三家注·萬石張叔列傳》，卷103，頁2765。

48 （漢）班固撰，（唐）顏師古注，《漢書·董仲舒傳》，卷56，頁2523。

說，就是儒學已經從「純粹性競爭」(purely competitive)市場的一般性地位，變成具有排除相近產品威脅的「壟斷性競爭(獨佔性競爭)」(monopolistic competition)市場結構下「寡佔」(oligopoly)地位的產品，甚至是「純粹獨佔」(pure monopoly)的學術產品。孔子儒學從此成為傳統中國政治市場佔有率最高的產品，則其產品相對於兩代即亡的韓非，應當可以歸入價值較高且收益較大的產品，但在東周時期卻完全沒有市場，可知產品是否能為消費者接受，重點在消費者對產品的認知程度，生產者若沒有適當的行銷，令消費者確實得知此項產品對自己的價值，則也就不可能進入消費者的選項之中。孔子儒學到漢代能夠成為寡佔性的產品，當然與孔子周遊列國及弟子門人實際表現的行銷相關，例如「子貢一出，存魯，亂齊，破吳，彊晉而霸越。子貢一使，使勢相破，十年之中，五國各有變」之類，⁴⁹就是一種相當有效的行銷方式，因此雖然無法馬上獲得實質利益的回饋，但必然在相關需要的消費者腦中留下深刻印象，因而理所當然的成為消費者的選項之一。孔門學術行銷的主要對象既然是官方，則是否能夠說服時主相信對其統治最為有利，就成為最重要的關鍵，儒學在漢代固然要到漢武帝時，纔具有獨佔學術市場的優勢，但早期叔孫通等人的口頭遊說與實踐表現的行銷，應當也佔有相當重要的輔助功能。這種行銷觀點意義下的說明，對於儒家取得官學地位的理由，應該能夠有效的輔助一般經學史的內容敘述，同時此種借用行銷概念以描述經學史的發展，對於非中文學界的社會科學的研究者，應當也有提供了解的功能，這就是利用現代經濟學的相關概念以研究說明傳統中國學術相關議題可以成立的另一個理由。

從生產者本身而言，產品行銷的目的至少有三：（一）產品特色的宣傳：提供自身產品相對於其他同類產品所沒有的優點。由於人類的偏好具有流動性，同時基於自身利益的考量也具有靈活性與機動性(flexibility)，因此不斷宣傳自身產品的優良性，使消費者因熟悉而習慣而相信而堅信，在消費者心理上達到一種類似「擴散效應」(spread effect)加深影響功能的效果，於是不僅可以達到穩定市場的目的；同時還可以達到防止現存競爭對手與潛在競爭對手的出現及競爭的威脅。所謂「優點」指的是針對需要的消費者，提供讓其「覺得」對自己而言是「最大利益」或「功能最強」產品的「想像」。這裡的涵義是指消費者「認定」

49 (漢)司馬遷撰，(劉宋)裴駟集解，(唐)司馬貞索隱，(唐)張守節正義，《史記三家注·仲尼弟子列傳》，卷67，頁2201。

的產品之優劣，並不一定等於客觀真實的狀況，反而是比較傾向於主觀上的想像，因此提供或引導消費者的想像，就是產品行銷最重要的目的。（二）增加產品的曝光率：讓需要的消費者知道有此產品，使消費者在評估需要時納入選項，最好是「產品特色的宣傳」發生效果，因而納入消費者比較優先考慮的選單。（三）創造潛在消費者：結合「產品特色的宣傳」與「增加產品的曝光率」兩項功能，因而達到誘導相關消費者注意此一產品外，同時讓消費者覺得自身的確需要此一產品的效果。東周時代諸家周遊列國與著書的行為，即是屬於第一項的行銷行為。東周時代縱橫家之成功，即在提供當時君王一類的消費者，一個具有吸引力的「想像」，且由於其馬上見到實效的表現，符合消費者「預期收益」的心理需要，因而受到時君的青睞；時君因為短期收益的現實而相信縱橫家，主要是人類對未來的事件或環境，具有一種自覺或不自覺的難以確知的模糊不清和發生變化的無法掌控的恐懼之心，短期收益則可以達到消除此一疑懼的效果。儒家雖也提供相近「想像」的產品，但卻無法馬上見到實效，違背人類由於懼怕而缺乏耐心等待，因而偏好當下獲得實際利益的期待心理，無法提供消費者如縱橫家一類的「預期收益」之短期效果，同時由於預期最終必然會轉化成為行動，且影響行動的選擇，儒家的競爭力遂因此而減弱。此外基於競爭的立場，諸家學者為了推銷自己，增加自身的曝光率，因而必須對他家進行必要的批判，此種藉由批評對手以增加自身曝光率的策略，就屬於第二項的行銷行為，宋代以後的程朱與陸王等理學家派之爭、經學上的漢學與宋學之爭及清代的經古文學之爭，大約都未能脫離此一結合訴說對方產品之缺失的「正面攻擊」與說明本身產品相對於敵方產品特色的「側翼攻擊」的競爭行銷策略。前述增加自身產品曝光率的策略，主要是從產品創造者基於競爭立場下而進行的行為，另外還有一種則是站在紀錄歷史事實第三者的立場，諸如史家或目錄學家，根據自己的認知與掌握的資料，比較忠實的紀錄某個歷史時空中文化產品的行為，此一紀錄行為也同樣達到增加這些文化產品曝光率的功能，例如《漢書·藝文志》及爾後史書中「藝文志」或「經籍志」等一類的紀錄，由於目錄學論著紀錄而達到增加文化產品曝光率的功能，使得後代需要該文化產品的消費者，可以按圖索驥的找到其需要之產品，這也是一般目錄學論著最基本與主要的功能之一。至於第三項行銷的功能，則班固所謂「自武帝立五經博士，開弟子員，設科射策，勸以官祿，訖於元始，百有餘年，傳業者寢盛，支葉藩滋，一經說至百餘萬言，大師衆至千餘人，蓋祿利之路

然也」之論，⁵⁰ 以及俗傳宋真宗（趙恆，968-1022）〈勸學文〉或〈勵學篇〉：「富家不用買良田，書中自有千鍾粟；安居不用架高堂，書中自有黃金屋。出門莫恨無人隨，書中車馬多如簇；娶妻莫恨無良媒，書中有女顏如玉」之言，⁵¹ 即是傳統社會透過利祿以引誘創造潛在消費者的重要方式，傳統中國儒學寡佔地位的鞏固，當然與此種「創造潛在消費者」的行銷有關。可知學派之間的相互批評辯駁、目錄學論著的紀錄及利祿引誘等行為，可從行銷的目的加以觀察說明，此一說明對非中文學界的其他社會科學的研究者，當該也有提供了解的功能，這也就是利用現代經濟學及其相關概念以闡釋說明傳統中國學術議題可以成立的又一個理由。

根據前述的簡略分析，讀者至少可以不反對借用經濟學及其相關的概念，重新闡釋或挖掘傳統中國文化相關議題的現代意義，雖然不能保證是百分之百的合轍，但當也不至於完全沒有實質的意義與價值，更不至於只是追新的附會硬套。

三、行銷學意義下的《四庫全書總目》

資訊全球化與資本主義市場經濟主導下的世界，生存世界內的各方面思考與表現，已經和傳統中國的世界大不相同，這是研究傳統中國學術的學者必須面對的事實，如前文所述，現代研究者若是僅知固守在本身學術圈的封閉世界內，不願意放眼於其他學術，開啓與其他不同學術領域間的「對話」或「溝通」，則不僅有成爲「井底之蛙」的危險，同時對傳統學術的生存與發展，恐怕也會帶來負面的影響，因此如何借用現代學術相關的知識，針對既有傳統事物重新加以闡釋，以便讓其他相關領域的研究者，更能了解與體會傳統中國學術的意義與價值，應該是值得傳統學術研究者關心與努力的方向，二十世紀以來此種借助不同學科理論的研究，固然已有不少的相關研究成果，例如文學或思想等的研究，無論其成果的價值如何，總是表現了這些傳統中國學術的研究者，願意走出本身固有的研究範限，直接面對現代學術挑戰的事實，但在傳統目錄學的研究領域內，尤其是有關《總目》的研究，似乎還未見到積極利用現代學術理論，重新闡釋《總

50 （漢）班固撰，（唐）顏師古注，《漢書·儒林傳》，卷58，頁3620。

51 <http://ydcourse.yudah.tp.edu.tw/ydasp/files/e-weekly/pdf/2051-5.pdf>：《育達周刊》（2006年9月7日），第5版〈卷頭語〉。這是臺北育達高中出版的刊物，以此為〈卷頭語〉則顯然接受此文傳達的觀點，亦即負有誘導學生讀書的功能，從經濟學的分析角度言，則此文即是負有一種創造潛在消費者功能的行銷行為。

目》現代學術意義下的價值與意義者，本節因此以前述之分析討論為基礎，借用經濟學及其相關的概念，尤其是行銷學的觀點，以闡釋說明《總目》表現的現代學術意義與功能。

首先從行銷學的觀點探討《總目》本身的意義，所謂「行銷學」觀點，指的是透過交換行為而讓顧客取得自己需要的產品與服務；「交換」指的是一方取得自己認為有價值的東西，同時提供給對方認為有價值的東西。在此一設想中，則《總目》既是「生產者」也是「行銷者」，《總目》的讀者則既是《總目》的「潛在顧客」(potential customers或prospect customers)，同時也是接受《總目》思想觀點並增強《總目》影響作用的「回饋者」。在《總目》如何將其成果（產品價值）創造成為可以滿足讀者（顧客）的需要，以及讓讀者承認《總目》對自己具有重要價值（顧客價值：customer values）等兩項前提下，《總目》的內容表現就必須符合行銷學上所謂顧客總利益最大而總成本最低的基本要求，亦即《總目》必須能夠提供讀者這樣的訊息：或者可以引發讀者對其需要利益最大的可能性聯想（利益最大）；或者讓讀者覺得可以在很短的時間內了解《總目》推介的書籍內容精華的認知，因而找到自己最需要的產品（成本最低），兩者相加的效果，才有可能激發或吸引讀者閱讀《總目》的興趣。有閱讀才有可能接觸《總目》提供的成果或意識形態，接觸之後才有可能選擇拒絕或接受而受到影響，接受影響之後才有可能繼續傳播給其他未曾閱讀的人，才有可能引發其他未閱讀者的閱讀的需求，這就是《總目》透過其有效的行銷策略，激發讀者幫助其進行再行銷的行為，此即一般建立「口碑」的意義。⁵²《總目》的內容表現，固然是使其被讀者接受的主要原因，但清代以來有關《總目》的學術引述及專門研究者的正面評價，如周中孚（1768-1831）所謂「為學之途徑在是」；⁵³余嘉錫（1884-1955）所謂「自劉向《別錄》以來，才有此書」；⁵⁴或者所謂無論在「書目體例、書目分類體系、文獻的提要、書目的方法等方面，都可以說是集目錄學方法之大成」等等推崇性的評價，⁵⁵在實質上對《總目》正面「口碑」的建立都具有增強的功能。根據現代經濟學者的研究分析，此種「口耳相傳的回饋循環會擴大消費者的偏好，為口碑好的產品錦上添花，引來如潮佳評，……這種正向的回饋循環會創

52 黃俊英，《行銷學的世界》，頁1-46的相關討論。

53 （清）戴望，〈外王父周先生述〉，（清）周中孚，《鄭堂讀書記》，頁1，總頁1。

54 余嘉錫，《四庫提要辨證·序》，第1冊，頁48。

55 吳仲強等著，《中國圖書館學史》，頁217-218所論。

造贏家通吃的局面，換言之，它是絕佳的暢銷產品的製造機。」⁵⁶亦即「口碑」造成的閱讀效應非常可觀，《總目》就以自身的表現，透過有效的行銷策略，創造出「使用者」（讀者）對《總目》（產品）的潛在興趣，因而認同接受《總目》的觀點（交換），於是經由好「口碑」而激發更多潛在而猶未被發現的「需求者」（讀者），經由閱讀消費者群的「推薦」，《總目》於是可以達到比原先預設意圖更大的利潤收益，亦即在擴充讀者群的同時，讀者也在不知不覺間接受了其想要傳播的思想觀點與價值。

其次從廣告和行銷的角度探討《總目》編纂的意義。民國以來學者最熟悉的目錄學意義，當是清代章學誠（1738-1801）所謂「部次條別，將以辨章學術，考鏡源流」之論，⁵⁷最能表現此一傳統中國目錄學宗旨與功能的典範，自以《總目》最為典型。《總目》每一篇「提要」的內容是：「每書先列作者之爵里，以論世知人；次考本書之得失，權衆說之異同，以及文字增刪、篇帙分合，皆詳為訂辨，巨細不遺，而人品學術之醇疵，國紀朝章之法戒，亦未嘗不各昭彰瘡，用著勸懲。」除倫理化教化的評價外，有關作者的簡歷師承、重點式的評議書籍版本、推介書籍的內容宗旨等等，主要都是為了便於分類部居，進而尋求學術的淵源，即所謂分類「約分子目，以便檢尋」，並「一一考核，務使不失其真」；而「四部之首，各冠以總序，撮述其源流正變，以挈綱領」之意。⁵⁸乾隆帝（1711-1799）曾論及《總目》的內容說：「於經、史、子、集內，分晰『應刻』、『應鈔』及『應存』書目三項，各條下俱經撰有『提要』，將一書原委，撮舉大凡，并詳著書人世次爵里，可以一覽了然。」但卻又擔心《總目》卷帙太繁，因而要求另編一部「祇載某書若干卷，註某朝某人撰，則篇目不繁，而檢查較易」的《簡明書目》，並說明編輯《總目》在於「俾學者由書目而尋提要，由提要而得全書，嘉與海內之士，考鏡源流」的學術用意，最後乾隆帝還提出「用昭我朝文治之盛」的政治意圖。⁵⁹根據《總目》主要在說明編纂理由、主導思想、著錄標準及寫作形式、內容主旨等內容的二十條〈凡例〉所言、⁶⁰「提要」內容的實際表現，可以發現《總目》在提供讀者了解書籍作者、創作淵源、內容大要、著作得

56 克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁146-147，192。

57 （清）章學誠，《校讐通義內篇·敘》，卷10，頁95。

58 （清）紀昀等，《四庫全書總目·凡例》，卷首，頁17-18。

59 （清）紀昀等，《四庫全書總目·聖諭》，卷首，頁2。

60 （清）紀昀等，《四庫全書總目·凡例》，卷首，頁16-19。

失、版本是非，以及某書排入「著錄」或排入「存目」等理由的評價過程中，實際上已經隱藏有一個類似「上級指導員」指導讀者應該讀那些書，應該如何讀書的指導或規定作用的「不在場訊息」，絕不僅僅只是提供書籍內涵的訊息而已。因此《總目》的每一則「提要」，不但要適當而精密地濃縮論著的實際內容，以提供讀者了解該書的精華及告知讀者版本優劣，同時還必須替代讀者篩選立基於倫理教化意義下，好書或壞書內容的預設責任，讓讀者知道且接受《總目》對該書在道德教化上是否值得閱讀？應該如何閱讀？這些目錄與倫理責任的訊息。所謂倫理的責任就是希望藉由《總目》表揚善類，導人向善；懲罰惡類，警告惡徒的內容表現，以達到有效去除「人心世道」之害的「彰善癉惡」的教化目的。誠如吳哲夫師的研究觀察，《四庫全書》就是在儒家忠君孝親、人品醇正為中心思想，在「君師統合」與「端正學術」思想觀念為前提的主導下，進行書籍的篩選，故書籍價值高下標準為：「有關修齊治平，助成德化之書為優先；次及羽翼經訓、廣益多聞之作品；至於汨濫詭奇，有乖經術，盡在排斥之列。」⁶¹ 根據此一標準寫成的《總目》，明顯是自居於學術與道德指導者立場的寫作，因此除書籍內容之說明、內容之必要評價、避免借題發揮、文字不可太過冗長等基本要求，表現的是比較合乎「客觀性」(objectivity)的陳述「報導」(report)外，涉及作者人格與倫理的內容，就不免有「推論」(inference)或「評價」(judgment)等，以某個既定標準為依據的主觀性批判意見。⁶² 由於《總目》具有的官方正統性質，同時卷首還列有皇帝的「聖諭」，借助於「皇帝」在傳統中國社會有形與無形的政治與倫理權威地位的實際效應，使得每一則「提要」有關書籍作者與內容的陳述，針對書籍內容表現進行的批評，除了讓讀者知道此一作品的存在外，對清朝的讀者而言，更隱含有必須全盤接受《總目》對該書籍正負面的評價意見，甚至是必須相信的唯一正確評價的訊息。從市場經濟的角度言，利用任一種傳播媒介而把某一特定商品的有關訊息（本身產品的正面訊息；相近或取代產品的負面訊息）傳遞給消費者，並意圖因此而讓自身的產品獲得開拓市場、擴大銷售、引導消費、樹立產品和企業信譽等方面的利益，即是一種「廣告」(advertisement)

61 參見吳哲夫〈《四庫全書薈要》擇錄圖書標準的探討〉的討論。有關《四庫全書》以教化為中心的主導思想，又可參考拙著〈《四庫全書》訂正析論：原因與批判的探求〉的討論。

62 所謂「報導」指的是「一種可以證實的說法，它排除推斷與判斷」，「推論」指對他人想法與感情的斷言；「評價」(判斷)指對某一事件、某個人、某件物品的贊成或不贊成的表白。參見 Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr. 著，郭鎮之等合譯，《傳播理論：起源、方法與應用》，頁97-99的討論。

的行為；廣告的最終目的，就是要提供滿足或創造「目前」與「潛在」消費者主觀需要產品的「行銷」。觀察《總目》推介其認為具有閱讀價值或不具閱讀價值的寫作意圖，則顯然頗為符合有關「廣告」與「行銷」的定義，只不過現代廣告的媒介較為多元，《總目》行銷方式則較單一化；現代商業行銷的內容一般都是物質性的產品，《總目》行銷的內容則重在思想意識形態上的精神性產品；再者現代人對廣告和行銷等商業操作手法的了解較多，因此多數人對廣告行銷的行為，多少會抱持有某種必要的戒心，傳統中國社會缺乏廣告行銷等商業操作手法的了解，因此對於《總目》行銷的對一家一姓盡忠與倫理教化的意識形態，自然缺乏必要的戒心，《總目》因此顯然比較容易達成行銷的目的。《總目》此種藉由針對書籍的介紹評價而置入教化觀點與讚美滿清皇朝等意識形態的行銷手法，頗與現代那類刻意設計而使閱聽者很難察覺其為一種行銷手段的手法，然後暗中將行銷事物置入媒介之中，藉由此種偷渡方式以達成預定廣告效果的「置入性行銷」(placement marketing)或產品置入(product placement)的方式相類似，可知《總目》此種在不知不覺中引導讀者接受其預設觀點的無形行銷策略，的確是種相當高明的行銷手法。同時由《總目》從指導者立場發言的敘述方式，就可以了解《總目》執行的篩選推薦書目的行為，實際上是一種類似「前篩選器」(pre-filters)的功能，就是希望那些不合乎其意識形態的著作，可以因為《總目》的不予收錄與負面評價，因而失去市場而消失。⁶³最終則是希望所有還未出現的著作，都可以符合其規定的要求，這應該是《總目》另一個未曾明說的潛在目的。

其三從讀者需求選擇的層面分析《總目》的功能價值。人類面對現代類似《莊子·養生主》所謂「生也有涯，而知也無涯。以有涯隨無涯，殆已」的知識無限擴充的困境，⁶⁴尤其是網路世界與出版方便的現代世界，更面臨知識內容越來越豐富，選擇內容越來越多的狀況，此種結果不僅無法為個人帶來選擇的自由與樂

63 有關「前篩選器」功能的相關內容，參見克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁166-168。

64 (清)郭慶藩輯，王孝魚校正，《莊子集釋·養生主》，卷2上，頁115。又根據相關研究顯示，網路出現的無形資訊世界不計，即以實際出版的有形文本而論，自1980年代以來，全球每年大約出版圖書50萬種以上；期刊論文約500萬種以上，也就是大約每1分鐘出版1本書，1萬3千餘篇論文。以美國為例，一年就出版超過1,750億頁的文獻資料，這類學術產品因為不斷的受到現實的鼓勵，因此每年的出產量越來越多，這種全球知識訊息快速增長與出版品急速增加的結果，實際上一個人即使不吃不喝，以全部生命去閱讀自己專業範圍內新出版的相關論著，一生最多也只能閱讀全世界自己學術專業範圍內出版品的5%而已。參見喬好勤，〈現代科學技術與目錄學的發展〉，中國圖書館學會主編，《目錄學文獻學論文選》，頁83-95及雷家驢、馮婉玲編著，《知識經濟學導論》，頁267。

趣，反而造成個人在選擇上「難以決斷」和「怕做錯決定」的無所適從的強大壓力，此時最希望的應該是有人幫自己找出想要的選擇。⁶⁵《總目》的寫作預圖中，就包括有提供此一協助選擇的目錄學功能：就是幫助那些面臨許多選擇而難以下決定的讀者；或者難以區分非要不可的「需要品」(need)與可有可無的「想要品」(want)的讀者，⁶⁶提供一個篩選的重要標準，甚至直接推薦何者為「需要品」。亦即就需求選擇的層面言，《總目》首先提供的是「篩選」的功能，為要達到有效的篩選，《總目》的內容除一般性作者與版本的簡要概述外，還包括有：一則能將作者或研究者開發、發現的精華成果，以最方便有效的方式加以陳述；再則能將千萬種複雜紛紜不同內容的書籍，加以適當有效的分類，讓讀者可以方便而快速的知道自己需要的書籍，在那一大類之下的小類中，因而節省尋找的時間；⁶⁷三則提供需要者最明確的論著內容資訊，以協助讀者在閱讀與尋找資料之前，做為比較有效的資訊篩選的重要依據。這三個主要的內容，目的即在協助讀者於最短時間內判斷該論著是否為自己所需要，因而可以大量減省尋找的時間成本。這也就是林慶彰先生(1948-)討論「提要」對讀者的作用時，強調的提供讀者閱讀選擇、紀錄某一學科研究現況與發展過程等的功能，⁶⁸根據前述協助讀者閱讀資訊篩選的作用，《總目》因此也就可以歸入廣義的「檢索」(索引)範圍之內。《總目》提供檢索的目錄功能，最重要的是有效降低讀者了解書籍內容，以及尋找書籍的時間。用經濟學的術語來說，《總目》提供的此一功能，主要就在於有效的讓供給與需求相遇，減低讀者多餘的選項，提供讀者需要的選項，讓讀者能以最快速、最方便與最容易的方式找到自己需要的書籍，於是產生類似「篩選器」的過濾與推介，甚至是推薦的效應，以達到降低「尋找成本」，產生引導並擴大消費族群的作用。⁶⁹若從現代研究的角度來說，則《總目》首先至少可以讓許多面對茫茫書海的學者，比較有效的了解存世書籍的大致狀況；其次則讓學者可以初步了解每一本書籍的內容與地位，因而可以選擇自己研究需要優先閱讀的書籍；其三則是讓學者知道自已的研究領域內，還有那些相關

65 克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁232-236的討論。

66 有關「需要品」與「想要品」的區分，請參見克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁189-190。

67 有關分類在搜尋功能上的價值與實際行銷上的正面作用，參見克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁151-154，170，186，193，210-211，214-222，281-282。

68 林慶彰、劉春銀，《讀書報告寫作指引》，頁132。

69 有關「尋找成本」的意義，參見克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁80-81，126，128，148-151，167-170，184-186，236-239，262，300。

的書籍，這應該也是《總目》即使到現在依然能夠受到推崇的重要原因。

《總目》經由本身內容的優質表現，例如：比較精確的分類、比較精當的評論、比較詳細的說明、比較合理的排列等等條理分明的事實，創造出讀者之間的好「口碑」，故而獲得進一步傳播與影響的作用；《總目》同時也經由〈凡例〉和每一本書的「提要」，行銷其教化與有利於滿清皇朝的意識形態，最終目的當然是希望可以「一統思想」；《總目》的分類，提供讀者更方便與更容易找到書籍的方式，有效地降低讀者找書的「尋找成本」。以上即是從經濟學相關角度觀察《總目》，因而獲得的三項主要功能，這應該有助於中文學界及社會科學界對《總目》自身原本具有的意義與價值的基本了解或更進一步的了解。

四、「長尾理論」意義下的《四庫全書總目》

「長尾理論」當然是建基於現在網路世界興起後的資本主義市場而言，自與《總目》寄身的傳統中國社會不同，若想要比較適當的運用此一理論，並與《總目》的內容相連結，對兩者差別的了解越深，則應該越能避免硬套與附會之失，以下即以表列的方式，根據筆者對兩書的初步歸納分析，嘗試呈現《總目》與「長尾理論」不同世界觀的內涵：

《四庫總目》的世界（帝制社會）	「長尾理論」的世界（民主社會）
倫理至上的禮教世界	契約至上的法律世界
實體空間的傳播的方式	網路空間的傳播的方式
以「百姓」「大家」為主體的群體世界	以「國民」「私人」為主體的個體世界
重視「多數性」忽視「稀少性」的世界	「多數性」「稀少性」同等重視的世界
傾向集中性	傾向分散性
趨向典範的要求（父權社會）	尊重個人的選擇（平權社會）
注重群體利益因而可以取消個人利益	每個人的利益都應該受到同等的重視
重視抽象存在的「大家」（階級權利）	重視實際存在的「個人」（私人權利）
重視暢銷產品（多數、主流、典範）	重視滯銷產品（少數、邊緣、異端）
指導者地位（意識形態的回饋）	販賣者地位（經濟利潤的回饋）
作之君作之師	顧客永遠有理
自居高人一等	自居平等地位
好為人師	說服顧客

道理在本身這邊	道理在顧客那邊
經由本身的選擇賜予而成立	經由顧客的選擇接受而成立

兩者所處的世界觀與社會，固然有倫理為主的禮教世界和父權社會，契約為主的法律世界和平權社會之差異；傳播的方式也有實體空間與網路空間的不同；產品的性質也有抽象精神產品與實體物質產品的差別；回饋的內容也有經濟利潤與意識形態的不同；身份地位也有高高在上的指導者與平等溝通的販賣者之區隔；態度的表現也有教導與說服的差異。但無論兩者在實質上存在有多少的差異，如僅就其提供顧客（讀者）選擇的內容，成為替代顧客行使選擇權力的「篩選器」，以便自身提供的產品（書籍）可以被接受的行銷目的而言，則兩者並沒有太大的差別，因此運用「長尾理論」針對《總目》涉及行銷部分的觀察，以探究分析而說明《總目》的傳統與現代的功能，似乎也是一件具有相當價值與意義之事。

《總目》收錄評論的書籍，表面上包括的是應收入《四庫全書》內的「著錄」，以及錄入《總目》而《四庫全書》不收的「存目」等兩類，但若仔細觀察「卷首」乾隆帝的「諭旨」，以及在修纂《四庫全書》過程中發生的禁燬書籍、抽換書籍及修改文句等涉及「文字獄」的相關事件，即可以明白四庫館臣在編纂《總目》之時，預設評論的對象，除應刻或應鈔的「著錄」與未越群流之尋常著述的「存目」兩類外，事實上還隱藏有針對「必須禁燬」與「不予理會」等兩類書籍的批判，如《總目》內出現的錢謙益（1582-1664）《列朝詩集》，即屬於「必須禁燬」類之書；顧夢麟（1585-1653）《詩經說約》，⁷⁰即屬於「不予理會」類之書，這兩類書雖然沒有直接標示，但其不予收錄的行為，則已在實質上進行評論，《總目》評論的書籍因此實際上應該包括有：明白呈現的「著錄」與「存目」；隱藏不顯的「不理」與「禁燬」等四類。就推薦閱讀的立場言，明白呈現的書籍中，「著錄」類自是居於最優先地位的「需要品」；「存目」類是比較優先的「想要品」，價值高下雖然有別，但推薦讀者閱讀的意願則一；至於隱藏不顯的「不理」類，則是不予推薦的「不良品」；「禁燬」類更是不應閱讀的「惡質品」，兩者的低劣程度固然有高下之分，但不要讀者閱讀與禁止讀者閱讀的意願則同。就《總目》主觀行銷的角度而言，「著錄」書籍相較於「存目」，當該

70 （清）紀昀等，《四庫全書總目·集部總敘》，卷148，頁1267；〈明詩綜提要〉，卷190，頁1730；〈詩經彙詁提要〉，卷18，頁148。

是屬於比較受到重視的暢銷熱門書籍，「存目」則是屬於滯銷的冷門書籍；「著錄」與「存目」相較於「不理」與「禁燬」之類，自也是屬於較受重視的暢銷熱門書籍，「不理」與「禁燬」之類則應歸入滯銷的冷門之書，是不該在市場上出現的產品。⁷¹事實上當然並非如此，只要政治的控制稍微鬆懈，沒有主動的告發者，即使是帶有危險性的「禁燬」類之書，同樣也禁而難絕。雖然政治干涉而導致的威脅，使得這類書籍不能明白曝光而興旺，但也不會因此而全部消失，好奇者或需要者的小眾市場永遠存在，固然很難成為暢銷品，但也很難沒有市場，這些小眾的需求成為一條的潛流，好像拖著一條長長的尾巴，而且越往後越細，但即使細到像蠶絲一樣，卻依然還是在這條尾巴上，這也就是所謂「長尾」(Long Tail)的現象。

「長尾理論」的要點在於尋找具有經濟價值的「利基產品」，「利基產品」指那些銷售量甚小，但長期保有某些小眾消費者的冷門產品；「長尾理論」的重點即在於提醒大家重視這些銷售量小的冷門產品，因為它們並不是可有可無的點綴性產品，這些冷門產品表面上看當然不如熱門暢銷產品，但這些冷門產品長期效應下的實際收益（影響力），卻不一定不如暢銷產品。借用此一觀點觀察《總目》顯性收錄與隱性不收的分類與價值的判斷，因而引發的實際影響功能，亦即《總目》對「著錄」與「存目」書籍的正面評價或選擇性的負面評價，以及對「不理」與「禁燬」書籍的不評價或絕對性的負面評價，兩者所造成的影響效果，恐怕無法如乾隆帝或《總目》編輯者的政治期待，正面評價者成為影響力較大的產品，不評價或惡劣評價者成為毫無影響力，甚至自動消滅的產品。觀察《總目》所以無法達成乾隆帝與四庫館臣政治期待的原因，可以先排除歷史因素造成的思想觀點轉移的影響，僅就《總目》本身的因素而言至少有二：一則如同經濟學上因為自利的追求，無意中導致他人獲得實際好處的所謂「外部經濟」(external economics)帶來的效果一樣，《總目》基於消滅不符合其教化與政治觀點的意識型態競爭對手而進行的批評行為，固然可以部份達到醜化競爭對手的目的，但批評之際必然也要明白顯示對手，這也就同時增加了對手的曝光率，使得讀者知道競爭對手的存在，⁷²例如錢謙益的《列朝詩集》，以及其他諸如屈大均（1630-

71 暢銷熱門產品的定義及其受到重視的原因與存在的問題，參見克里斯·安德森著，李明等譯，《長尾理論》，頁7-13。

72 經濟學上所謂「外部經濟」的觀點，參見史威德，〈私產打敗共產的高斯獲獎〉，《經濟家學》，頁29-30。

1696)、金堡(1614-1679)等一類被指名道姓的作者或著述。此種藉由對他家的批評以行銷自己觀點的手法,並非《總目》首創,實際上是傳統中國學者慣用的手法,例如自承「予豈好辯哉?予不得已也」的孟軻,就借由批判告子與楊朱以推銷自己的思想觀點,⁷³他如莊子學派、荀子(前313-前238)、韓非等評論當時諸家與學派主要代表人物學術內涵是非的篇章,⁷⁴也都是運用此種手法的實例,這些評論或批判的目的固然在行銷自己,卻也同時增加了對手的曝光率,在無形中達到幫對手行銷的功能,《總目》的惡意批評也同樣起到此一作用。再則也可以從「長尾理論」的角度進行分析,這些受到《總目》排斥或攻擊的論著,雖然因此而成為冷門產品或不能曝光的產品,但它們或者轉入地下而輾轉抄錄,或者依附好奇者如藏書家等一類的小眾而存在,每一種產品的存世數量雖少,卻難以禁絕,甚至產生「稀少品」效應,創造了新的需求,每一種產品的需求人數固然不多,但因為「不理」類與「禁燬」類加總的產品其實不少,這些書籍之中當然也有比較被看重,或者比較沒有受到注意的差別,但無論如何都存在有一些需要者,這些小眾不同而少量的需求,構成一條長長而越來細越細的「尾巴」,一路進入到現代世界。⁷⁵某些《總目》意義下的「利基產品」,尤其是基於政治因素而列入「禁燬」類的書籍,對某些小眾的主觀感覺需要而言,因為「禁書」難得的關係,可能比《總目》「著錄」類書籍更受到重視,同時這些隱藏的小眾,加總起來也可能成為某種意義下的「大眾」,因此在《總目》政治干涉力量消失以後,這些禁書於是有可能轉而成為暢銷的熱門產品,最明顯的就是錢謙益的遭遇,在乾隆帝強力的禁絕命令之下,錢謙益的著作固然有部分佚失,但由於錢氏在學術上與政治上固有地位的關係,像《初學集》、《有學集》、《列朝詩集》、《錢注杜詩》等較為重要與主要的著作,卻依然潛藏在小眾之間不斷的流傳,直到清末才又重新現世,並且越來越受到重視,民國以來的中外研究者,對其研究更從未間斷。⁷⁶另外根據筆者初步搜尋「四庫類」存世書籍的粗略觀察統計,《四庫

73 (宋)朱熹,《孟子集注·滕文公下》,卷6,頁271-273。

74 (清)郭慶藩輯,王孝魚校正,《莊子集釋·天下》,卷10下,頁1065-1113; (清)王先謙撰,沈嘯寰、王星賢點校,《荀子集解·非十二子篇》,卷3,頁89-105; 陳奇猷校注,《韓非子集釋·顯學》,卷19,頁1080-1106。

75 本節以上涉及「長尾理論」之觀點,乃藉助於克里斯·安德森著,李明等譯,《長尾理論》,頁7、頁12-13、19-21、30、34-35、37等處相關內容的發揮化用,並非直接承襲其說的套用。

76 錢謙益相關的研究甚多,有關其論著的禁燬、復出及歷史地位等等的問題,參見孫康宜著,黃洪宇譯,〈錢謙益及其歷史定位〉;楊晉龍,〈錢謙益的史學和性格述論〉;楊晉龍,《錢謙益史學研究》;陳望南,〈文學接受進程中的錢牧齋〉等的相關討論。感謝未具名審查者指出此處說明太過粗略的教正,謹此致謝。

全書》已收錄者自可不論，《總目》「不理」類與「禁燬」類書籍存世的數量，其實並不比「存目」類之書籍更少。⁷⁷由此可見對那些受到《總目》排斥與禁絕的書籍，就其生存力與影響力而言，雖然不如《總目》「著錄」類與「存目」類般享受官方的蔭庇，因而擁有更多曝光機會的增強，使其成為暢銷品的可能性增高，但這些遭到《總目》排斥與禁絕的書籍，卻也因為藉著「長尾」的功能而長期存在，並持續發揮其有限度而具有實質功能的影響力。

《總目》的收錄評論與不收錄而拒絕評論，顯示其對這些論著重視與不重視，甚至排拒而期待其消滅的立場，然而實際的歷史演變，卻無法完全符合《總目》的期待，主要就是那些不被《總目》重視或意圖消滅的論著或作者，透過小眾的需求，發揮了潛在的「長尾」功能，因而可以在清朝的政治壓力之下保持細小而綿綿不絕生存力，並且在清朝政治壓力稍為鬆懈的時候，逐漸的加大其「尾巴」，等到政治壓力一旦解除，則眾多的涓涓細流之中，就有部分壯大而成為巨流，錢謙益就是一個最明顯的例證。至於現代大量出版「禁燬」、「未收」及「存目」等「四庫類」書籍的事實，當然也是另一種「長尾」逐漸茁壯的明徵。透過上述經濟學「外部風險」與「長尾理論」相關概念的分析，則也就可以比較深入的了解那類受到《總目》排斥與禁絕的作者與書籍，何以能在清朝的政治壓力下，依然繼續生存而延續到現代的另一個原因了。

五、結 論

就現代一般學術界的常識性了解，西元十九世紀五〇年代以前的傳統中國學術，從中國內地獨有的文化資源，逐漸向外傳播擴散，成為與朝鮮、越南、琉球及日本等周邊國家共有的資源，形成所謂「東亞文化圈」的過程中，⁷⁸雖曾有佛教文化、伊斯蘭文化與基督教文化的交流互動，但在那一段漫長的歷史時空內，傳統中國學術的傳播者及接受者，大致上都是在同意中國為「文化中心」地位的

77 所謂「四庫類」書籍，主要包括：《四庫全書》（臺北：臺灣商務印書館，1983年影印文淵閣本）；《四庫全書存目叢書》（臺南：莊嚴文化事業有限公司，1997年）；《四庫禁燬書叢刊》（北京：北京出版社，2000年）；《四庫未收書輯刊》（北京：北京出版社，2000年）；《四庫全書存目叢書補編》（濟南：齊魯書社，2001年）；《續修四庫全書》（上海：上海古籍出版社，2002年）；《四庫禁燬書叢刊補編》（北京：北京出版社，2005年）等。

78 有關「東亞文化圈」的形成等相關討論，參見高明士編，《東亞文化圈的形成與發展：儒家思想篇》與《東亞文化圈的形成與發展：政治法制篇》兩書的相關討論。稍微詳細的討論，請參見拙著〈「兩岸比較詩經學」前論：二十世紀五〇年代後臺灣學者對〈秦風·蒹葭〉的詮釋〉的相關說明。

認知前提下進行此類交流，由於地理空間的阻隔，「東亞文化圈」之外的文化交流，僅能是局部有限度的對話，很難形成平等對話的氣氛或認知。十九世紀下半葉以後，傳統中國學術大致是在自居於中心的缺乏平等對話認知而傾向文化封閉的前提下，被迫與挾帶「船堅砲利」且同樣缺乏平等對話認知且更加封閉的西洋文化接觸，然後在東、西方帝國主義武力威逼的形勢之下，才逐漸走出中國與「東亞文化圈」而成為世界文化的一部份。在面對西方強權威逼下的傳統中國學術研究者，除那類擁護「西化派」的學群之外，這些研究者就如同原本僅希望在國內市場或小區域市場進行交易活動者，在缺乏必要資訊且完全沒有任何企圖的狀況下，被外力強迫而不得不被動的進入世界市場或國際貿易的領域內進行交易，則其初期的徬徨、恐懼、憤怒與混亂可想而知。就文化交流而言，由於缺乏文化平等的基本認知，因此面對異文化之際，文化本能上的「自我尊崇」機制就會不自覺的啟動，於是就會出現鄙視或排拒異文化的「先厭心理」，再加上被逼迫的嚴重挫折感形成的「受害情結」，因而引發的心理上自覺或不自覺「自我防衛機制」的作用，⁷⁹使得許多早期的傳統中國學術的研究者，於是就如同被逼進入國際貿易的小市場活動者一樣，帶著充滿憤怒、恐懼與混亂、徬徨的情緒面對西洋異文化，雖然經過近百年的接觸與調適，文化心靈的創傷逐漸平復，面對異文化已經沒有初期的恐懼、憤怒等激烈的情緒，但依筆者的粗淺觀察，則由於「仇外」教育有效地達成「文化再製」的功效，⁸⁰中國百年來受到無理迫害的不平之氣，對許多具有中華民族大義情緒的研究者而言，依然餘恨難消，並沒有因為時間的淘洗而完全走出「受害情結」的陰影，這也就是至今還有某些學者依然無法有自信地站在雙方平等尊重的前提下，敞開心胸正常面對異文化的內在原因。這種陰影還會不自覺的表現在某些學術研究的態度上，例如對域外學者，甚至本國其他社會學科專業研究者有關傳統中國學術的研究，很難從吸收對方不同表現的正面態

79 有關「自我防衛機制」的觀念與內容，參見徐靜《心理自衛機轉》一書的討論。比較詳細的運用討論，請參見楊國樞，〈「社會科學與歷史學」討論會紀錄〉；張玉法，〈心理學在歷史研究上的應用〉，《歷史學的新領域》，頁95-134。

80 「文化再製」的觀點，是法國社會學家布迪厄（Pierre Bourdieu）發明的概念，主要在說明教育並不是如一般想像中的「客觀中立」，反而是一代又一代的複製某些長久存在的「篩選」機制，就是決定何者為傑出有價值、何者為平庸無價值等的標準。這裡借用來說明臺灣教科書長久以來不斷複製滿清受到各國侵略，因而引發民族主義情緒的仇外心理。對布迪厄「文化再製」有興趣者，請參考布爾迪厄、帕斯隆（Jean Claude Passeron）著，邢克超譯，《再生產：一種教育系統理論的要點》；邱天助，《布爾迪厄文化再製理論》；朋尼維茲（Patrice Bonnewitz）著，孫智綺譯，《布赫迪厄社會學的第一課》；周新富，《布爾迪厄論學校教育與文化再製》等書中的相關討論。

度思考，比較多數是從本身標準唯一的負面角度思考，因而不免有一種排拒或不屑的心理而覺得對方總是「少那麼一點點」，於是也就很難有努力朝挖掘「我可以從對方獲得那一點」或「對方那一點值得我學習借鏡」的方向進行思考。⁸¹對於本身研究視野的開拓，即使域外已經發展出某些值得借鏡的方法或成果，基於不自覺民族大義的內在影響，於是寧可固守在「土法煉鋼」的封閉場域內，絕不願意或連想都不想加以了解或參考，受到此種陰影不自覺影響最為嚴重者，以筆者粗淺的了解，當屬和傳統中國文化關係最深的經學研究者為然。再加上傳統中國學術以「黃金三代」寄託理想的表述方式及古代聖賢長期居於「典範中心」而逐漸形成的以「述古」或「詮古」為主的研究態度，導致對研究成果自我反省批判的能力較為薄弱，由於比較缺乏對學科研究反省批判的自覺，在學術上因此也就比較難以形成知己知彼的自我要求，這就是某些中文學者樂於長期偏處在「實證—文本」的方法場域內，缺乏向「詮釋—敘述」的方法場域吸收移動，甚至大力排斥的原因。然而面對資訊流通越來越迅速與方便而形成學術全球化的傾向，史料開發與解讀的內容越來越多元化與多樣化的趨向，研究理論工具越來越日新月異的發展，學術研究群體與個人的競爭越來越激烈的情勢，即使不與其他學科的學術研究的發展與成果比較，在相同的傳統中國學術研究領域內，臺灣的中文學界同樣也要面對鄰近的日本地區、中國大陸、韓國與越南等的研究競爭，無論是經學或是其他傳統中國學術的研究者，若想在此良性的競爭情境中取得較佔優勢的形勢，筆者以為閉關自守以不變應萬變的方式已經行不通，應該另尋比較有效的方法，那就是培養隨時關心學術相近領域內國內外學者的研究狀況，了解自己的不足並吸收他人的長處；⁸²同時還要自覺的開闊本身的知識視野，培養並落

81 文史哲相通的觀點，大致上是多數中文研究學者不言自明的共識，因此對於歷史學與哲學研究成果的排拒感比較薄弱，但對於其他社會科學專業研究者有關傳統中國學術的研究，則大多採取不予理會的態度，以臺灣學者為例，如社會心理學者黃光國，即有《儒家思想與東亞現代化》、《知識與行動：中華文化傳統的社會心理詮釋》、《王者之道》、《儒家關係主義：文化反思與典範重建》等，一系列涉及傳統中國學術研究的著作，然似乎未曾引起多少中文學界研究者的興趣。又如社會學研究者林端有《儒家倫理與法律文化：社會學觀點的探索》一書，其中有涉及禮、倫理與法律關係的討論，大概也沒有多少中文學界的相關研究加以注意，實在可惜。這裡當然只是純粹從借鏡與提供思考角度的輔助性功能上發言，並不是在強調這些社會科學專業研究者的研究或論點就必然正確，學術價值就必然高於中文學界的研究成果，這是必須明確聲明的立場。

82 在研究方法上針對本身學科領域內研究概況的了解分析，同時對所有傳統中國學術研究者頗有助益的論文，筆者建議可以參考古偉瀛〈中華天主教史研究方法的淺見〉的相關討論。文中提及的美國學者如薩伊德（Edward W. Said）、柯文（柯保安，Paul A. Cohen）、何偉亞（James Louis Hevia）、王國斌（R. Bin Wong）、黃宗智（Philip C. C. Huang）、彭慕蘭（Kenneth Pomeranz）等在研究方法上的見解，以及「語言學的轉向」、「解構主義的主張」等等（頁43），均有值得借

實學科整合的能力，以便可以引用、吸收而融會其他學科相關的方法與概念進行研究，因而可以達到拓展傳統中國學術研究層面，增強研究內容的深度，以及厚植與保障傳統中國學術在現代學術界的價值與功能。此文即在此一自我反省與期許前提下而進行的研究設計，根據前述初步分析探討的結果，大致可以暫時得到以下幾點結果：

（一）傳統中國學術雖有經、史、子、集四部的分類，但實際上是在同質整體性前提下的分類，並非異質獨立性意義下的分類；其本質則主要是以經部為主而其他三部為輔，追求學術內容在個人與社會實踐的一套經世致用的規範性學問；其目的則是透過活化傳統聖賢思想而對當代與未來提出最佳的因應策略，以便可以逐漸達到人民安和樂利的理想「三代」世界。

（二）民國以來傳統中國學術被逼而不得不從中國學術體系逐漸走入世界學術體系，西洋學術下學科知識性破碎分類的思考，衝擊傳統中國學術實踐性整體同類的思考方式，使得傳統中國學術面臨解體的威脅，其中尤以經學受到的威脅為最嚴重。既然面對的社會與世界及學術的情勢已經改變，以追求經世致用的實踐為本質的傳統中國學術，必然要根據新的形勢調整思考與研究的方向及方法，以維護持續生存的基本能力，然後纔有可能繼續執行對個人與社會提供最佳因應策略的基本任務。達到生存與致用目的之方法，除厚植傳統學術的基礎學習之外，更要培養吸收融會域外其他地區相關研究及其他學科相關理論與方法的能力。現代西洋學術界研究發展創造的種種學科的方法與理論，基本上對傳統中國學術的研究多少都會有一些協助的功能，以筆者專業研究的經學而言，社會學與經濟學的相關理論與方法中，就是其中具有較大借鏡價值的學科，此文因此先借用經濟學及其相關的理論與概念，以探討《總目》的傳統與現代意義與價值。

（三）傳統中國學術自以儒家為主流，儒家一向嚴辨「義利」，「利」本為經濟學探討的中心，唯表面上與「利」絕對性對立的「義」，實質上則也是另一種類型的「利」，只不過「義」指的是群體之「公利」，「利」則指個己之「私利」而已。再者孔孟與許多東周的學者所以要周遊列國，本就希望獲得時君的青睞，因而採用其提供的思想與政策，目的則或者希望達到協助民衆獲得安和樂利的生

鏡之處。其中黃宗智，《中國研究的規範認識危機》一書，書內第一篇〈中國研究的規範認識危機—社會經濟史的悖論現象〉一文，又收入《長江三角洲小農家庭與鄉村發展》做為附錄，固然是針對中國社會經濟史發言，但對研究方法的反省，頗有值得中文學界借鏡之處。

活與生存環境；或者希望協助時君獲得富國強兵的效果。此種「遊說」的行為，就其形式與目的而言，其實也是一種廣告的行銷行為，只不過推銷的不是貨物一類的實體，而是政治策略或意識形態等抽象的虛體而已。此即藉用現代經濟學及其相關概念分析探討「義」字及「遊說」行為的意義。

（四）《總目》當然不是在推銷實體的書籍，但無疑是在推銷某種非實體的意識形態，經由《總目》條理分明下的精確分類、適當評論、詳細說明及合理排列等等的表現，《總目》建立了自己的「口碑」，經由消費者的好「口碑」，因而激發出更多的潛在消費者，於是增強了《總目》行銷的功能，擴大了《總目》的影響層面。其次《總目》的編著者藉著皇帝的名義，自居於指導者的地位，以君師統合、端正學術的思想觀念為前提，主動替讀者篩選「需要閱讀」與「想要閱讀」；「不必閱讀」和「不能閱讀」的書籍，目的即在影響讀者對書籍的判斷標準，以推銷傳統中國官方認同的倫理教化內涵。《總目》此一主動為讀者篩選的意圖與實際表現，同時也省去讀者花費時間、弄錯方向、混亂失焦、過程麻煩等非金錢的成本，達到協助讀者有效降低「尋找成本」的作用。這是從現代行銷學角度分析《總目》而獲得的三項主要功能。

（五）《總目》收錄著作表面上雖僅分「著錄」與「存目」兩類，但仔細分析則可知還隱藏有「不理」與「禁燬」等兩類，因此《總目》收錄的標準實質上共分為四類。《總目》收錄如此分類的目的，當然是希望透過政治的力量，以及《總目》本身表現的學術評論的優勢，達到行銷「著錄」類與「存目」類書籍，因而有效排除或禁絕「不理」類與「禁燬」類書籍的目的。但「不理」類與「禁燬」類書籍，雖無法成為大眾化的熱門的產品，卻也可以依附在小眾的「長尾」中，綿延不絕的繼續留存到清末而進入現代。「長尾」的功能，有效的壓制《總目》禁絕某些書籍意圖的實現。這是借用「長尾理論」分析《總目》收錄書籍的分類與目的及其失敗的理由。

（六）此文借用經濟學及其相關的理論與概念，分析以《總目》為代表的傳統中國學術，指出某些傳統學術的行為表現，已經具有現代經濟學的意義與功能，還證明藉助於現代社會科學某些相關理論研究傳統學術的確存在可能性。同時指出儒家「義」為「群體大利」的事實、先秦諸家「遊說」的行銷本質；《總目》基於指導者立場行銷倫理教化等意識形態、自我建立口碑而強化其行銷功能、收錄著作實際分成四類、收錄分類與評論協助讀者降低「尋找成本」、透

過「長尾」的功能有效的防止《總目》禁絕某些書籍的意圖等等實際的內容。對於《總目》與傳統學術的研究者，不僅具有提供實際答案、開闊研究視野、提供新的研究方式的功能，同時也隱含對傳統學術研究者培養學科整合能力的建議，並且還有可能達到與社會科學研究者「對話」或「溝通」的可能，此即本文的價值所在。

引用書目

一、傳統文獻

- (漢)司馬遷撰，(劉宋)裴駰集解，(唐)司馬貞索隱，(唐)張守節正義，《史記三家注》，臺北：鼎文書局，1995。
- (漢)班固撰，(唐)顏師古注，《漢書》，臺北：鼎文書局，1995。
- (漢)鄭玄注，(唐)孔穎達等疏，《禮記注疏》，臺北：藝文印書館，1981，影印清嘉慶二十年江西南昌府學《重刊宋本十三經注疏附校勘記》本。
- (南朝梁)劉勰著、周振甫注，《文心雕龍注釋》，臺北：里仁書局，1984。
- (宋)朱熹，《四書章句集註》，臺北：鵝湖出版社，1984。
- (清)王先謙撰，沈嘯寰、王星賢點校，《荀子集解》，北京：中華書局，1992。
- (清)四庫館編，《四庫全書》，臺北：臺灣商務印書館，1983，影印文淵閣本。
- (清)周中孚，《鄭堂讀書記》，北京：中華書局，1993。
- (清)紀昀等，《四庫全書總目》，北京：中華書局，1992。
- (清)郭慶藩輯，王孝魚校正，《莊子集釋》，臺北：華正書局，1980。
- (清)章學誠著，史城等編，《章學誠遺書》，北京：文物出版社，1985。
- 中西牛郎，《漢學活論》，東京：伊藤岩治郎，1895。
- 編輯委員會，《四庫全書存目叢書》，臺南：莊嚴文化事業有限公司，1997。
- 編輯委員會，《四庫禁燬書叢刊》，北京：北京出版社，2000。
- 編輯委員會，《四庫未收書輯刊》，北京：北京出版社，2000。
- 編輯委員會，《四庫全書存目叢書補編》，濟南：齊魯書社，2001。
- 編輯委員會，《續修四庫全書》，上海：上海古籍出版社，2002。
- 編輯委員會，《四庫禁燬書叢刊補編》，北京：北京出版社，2005。

二、近代論著

- 古偉瀛，〈中華天主教史研究方法的淺見〉，收於古偉瀛先生編，《東西交流史的新局：以基督宗教為中心》，臺北：臺灣大學出版中心，2005，頁27-48。
- 史威德，《經濟家學》，臺北：遠景出版事業公司，1993。
- 朱敬一、林全，《經濟學的視野》，臺北：聯經出版事業公司，2002。
- 余嘉錫，《四庫提要辨證》，北京：中華書局，1985。
- 吳仲強等著，《中國圖書館學史》，長沙：湖南出版社，1991。

- 吳建安等編著，《現代推銷學》，大連：東北財經大學出版社，2000。
- 吳哲夫，〈《四庫全書薈要》擇錄圖書標準的探討〉，收於嚴文郁等合著，《蔣慰堂先生九秩榮慶論文集》，臺北：中國圖書館學會，1987，頁687-702。
- 吳惠林，《經濟學的天空：一位經濟學徒的管窺面》，臺北：卓越文化事業公司出版部，1989。
- 吳惠林，《人生經濟學》，臺北：正中書局，1992。
- 李明輝，《儒家視野下的政治思想》，臺北：國立臺灣大學出版中心，2005。
- 周新富，《布爾迪厄論學校教育與文化再製》，臺北：心理出版社，2005。
- 林端，《儒家倫理與法律文化：社會學觀點的探索》，臺北：巨流圖書公司，1994。
- 林端，《儒家倫理與法律文化：社會學觀點的探索》，北京：中國政法大學出版社，2002年增訂版。
- 林慶彰、劉春銀，《讀書報告寫作指引》，臺北：萬卷樓圖書公司，2001。
- 邱天助，《布爾迪厄文化再製理論》，臺北：桂冠圖書公司，2002。
- 金培懿，〈從《五經正義》到《十三經注疏》：訪現代日本經學家野間文史教授〉，《中國文哲研究通訊》，16卷2期，2006年6月，頁9-27。
- 胡正光，〈從工具理性批判的角度看貝克的「第二現代」〉，《歐美研究》，37卷3期，2007年9月，頁445-484。
- 孫康宜著，黃洪宇譯，〈錢謙益及其歷史定位〉，《九州學林》，4卷2期，2006年12月，頁2-27。
- 徐靜，《心理自衛機轉》，臺北：水牛出版社，1989。
- 高希均，《天下那有「白吃的午餐」：高希均論文集》，臺北：聯經出版事業公司，1977。
- 高明士編，《東亞文化圈的形成與發展：政治法制篇》，臺北：國立臺灣大學出版中心，2005。
- 高明士編，《東亞文化圈的形成與發展：儒家思想篇》，臺北：國立臺灣大學出版中心，2005。
- 張玉法，〈「漢學研究」名稱之商榷及其反省〉，收於思與言雜誌社編，《史學與社會科學論集》，臺北：明文書局，1983，頁345-356。
- 張玉法，《歷史學的新領域》，臺北：聯經出版事業公司，1984。
- 陳奇猷校注，《韓非子集釋》，臺北：國家出版社，1982。
- 陳望南，〈文學接受進程中的錢牧齋〉，《中山大學學報（社會科學版）》，2003年第6期，頁7-13。
- 陶永誼，《曠日持久的論戰：經濟學的方法論之爭》，西安：陝西人民教育出版社，1992。
- 喬好勤，〈現代科學技術與目錄學的發展〉，收於中國圖書館學會主編，《目錄學文獻學論

- 文選》，北京：書目文獻出版社，1991，頁83-95。
- 黃光國，《儒家思想與東亞現代化》，臺北：巨流圖書公司，1988。
- 黃光國，《知識與行動：中華文化傳統的社會心理詮釋》，臺北：心理出版社，1995。
- 黃光國，《王者之道》，臺北：樂學書局，1997年增訂版。
- 黃光國，《儒家關係主義：文化反思與典範重建》，臺北：臺灣大學出版中心，2005。
- 黃宗智，《中國研究的規範認識危機》，香港：牛津大學出版社，1994。
- 黃宗智，《長江三角洲小農家庭與鄉村發展》，北京：中華書局，2000年再版本。
- 黃俊英，《行銷學的世界》，臺北：天下遠見出版公司，2001。
- 楊君實、杜念中編，《儒家倫理與經濟發展》，臺北：允晨文化實業公司，1987。
- 楊晉龍，《錢謙益史學研究》，高雄：國立高雄師範學院國文研究所碩士論文，1989。
- 楊晉龍，〈《四庫全書》訂正析論：原因與批判的探求〉，收於淡江大學中國文學系主編，《兩岸四庫學——第一屆中國文獻學學術研討會論文集》，臺北：臺灣學生書局，1998，頁337-373。
- 楊晉龍，〈錢謙益的史學和性格述論〉，收於張高評、鄭卜五編，《周虎林先生六秩榮慶論文集》，高雄：高雄復文圖書出版社，1999，頁91-145。
- 楊晉龍，〈摘要寫作析論〉，收於張高評主編，《實用中文寫作學》，臺北：里仁書局，2004，頁259-305。
- 楊晉龍，〈「兩岸比較詩經學」前論：二十世紀五〇年代後臺灣學者對〈秦風·蒹葭〉的詮釋〉，《中國詮釋學》，第5輯，2008年3月，頁117-162。
- 楊國樞，〈「社會科學與歷史學」討論會紀錄〉，收於李弘祺編，《史學與史學方法論集》，臺北：食貨出版社，1980，頁29-71。
- 雷家驊、馮婉玲編著，《知識經濟學導論》，北京：清華大學出版社，2001。
- 劉禾（Lydia H. Liu）著，宋偉杰等譯，《跨語際實踐：文學，民族文化與被譯介的現代性（中國，1900-1937）》，北京：三聯書店，2002。
- 戴君仁，〈一字見宗旨〉，收於《梅園論學續集》，臺北：藝文印書館，1974，頁342-348。
- 魏家川，〈詩經的經典化〉，收於童慶炳、陶東風主編，《文學經典的建構、解構和重構》，北京：北京大學出版社，2007年11月，頁388-400。
- 羅志如等著，《當代西方經濟學說》，北京：北京大學出版社，1992。
- 顧忠華主編，《第二現代：風險社會的出路？》，臺北：巨流圖書公司，2001。
- Anderson, Chris 著，李明等譯，《長尾理論：打破80/20法則的新經濟學》，臺北：天下遠見出版公司，2006。
- Beck, Ulrich 著，汪浩譯，《風險社會：通往另一個現代的路》，臺北：巨流圖書公司，2004。

- Beck, Ulrich 著，孫治本譯，《全球化危機：全球化的形成、風險與機會》，臺北：臺灣商務印書館，1999。
- Becker, Gary Stanley 著，王業宇、陳琪譯，《人類行為的經濟分析》，上海：上海人民出版社，2002。
- Bonnewitz, Patrice 著，孫智綺譯，《布赫迪厄社會學的第一課》，臺北：麥田出版，2002。
- Bourdieu, Pierre. & Jean Claude Passeron 著，邢克超譯，《再生產：一種教育系統理論的要點》，北京：商務印書館，2002。
- Gernet, Jacques 著，耿昇譯，《中國五—十世紀的寺院經濟》，蘭州：甘肅人民出版社，1987。
- Giddens, Anthony 著，趙旭東等譯，《社會學（第4版）》，北京：北京大學出版社，2003。
- Habermas, Jürgen 著，郭官義譯，《重建歷史唯物主義》，北京：社會科學文獻出版社，2000。
- McKenzie, Richard B. & Gordon Tullock 著，黃瑞坤譯，《經濟學的新世界》，臺北：桂冠圖書公司，1988。
- Sen, Amartya 著，劉楚俊譯，《倫理與經濟》，臺北：聯經出版事業公司，2000。
- Sen, Amartya 著，劉楚俊譯，《經濟發展與自由》，臺北：先覺出版公司，2001。
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr. 著，郭鎮之等合譯，《傳播理論：起源、方法與應用》，北京：華夏出版社，2000。

An Examination of *Ssu-k'u Ch'üan-shu Tsung-mu* on the Basis of Modern Economic Theories

Yang Chin-lung
Institute of Chinese Literature and Philosophy
Academia Sinica

Abstract

This essay explicates the meaning of *Ssu-k'u Ch'üan-shu Tsung-mu*, both its function and value, on the assumption that the phenomena involving the act of choice are the concerns of economics. In the light of such a study, it is hoped, those coming from non-Chinese studies could better and further understand traditional Chinese culture and scholarship. My discussion first explores the possibility of studying traditional Chinese scholarship with concepts from economics. It then moves to argue that, as being illuminated by relevant ideas of economics, the Confucian word, “*I* (righteousness)” has the meaning of people’s common interest, *Ssu-k'u Ch'üan-shu Tsung-mu* was selling official ethico-educational ideologies, and the Long Tail theory helps explain why the books banned by the government censorship have survived to this day. In conclusion, so far as the study of *Ssu-k'u Ch'üan-shu Tsung-mu* and traditional scholarship is concerned, this study offers actual answers, expands the vision, directs approaches, as well as cultivates the ability in interdisciplinary integration.

Keywords: economics, canon studies, traditional Chinese scholarship, *Ssu-k'u Ch'üan-shu Tsung-mu*, the Long Tail theory

《故宮學術季刊》第二十五卷第一期至第四期論文目錄

第二十五卷第一期

- 張懋鎔 夷日匹研究——兼論商周青銅器功能的轉化問題 1
賴毓芝 想像異國——傳陳居中〈文姬歸漢圖〉研究 15
謝玉珍 明初官方用器人物紋的意涵 89
李孝聰 國立故宮博物院圖書文獻處藏清代輿圖的初步整理與認識 151

第二十五卷第二期

- 鄧淑蘋 「華西系統玉器」觀點形成與研究展望 1
陳慧霞 明末清初犀角雕人物乘槎的時代意涵 55
施靜菲 象牙球所見之工藝技術交流——廣東、清宮與神聖羅馬帝國 87
李泰翰 清乾隆年間臺灣戰圖製作經緯 139

第二十五卷第三期

- 許媛婷 明末西學東漸的未竟之聲——以李之藻《天學初函》的選書為討論中心 1
馬延煒 清國史館《儒林傳》纂修活動考述 49
莊吉發 傳統與創新——清朝國史館暨民初清史館纂修列傳體例初探 69
王國良 晚清龔易圖藏書探析——以《烏石山房簡明書目》《大通樓藏書目錄簿》為主的考察 125

第二十五卷第四期

- 陳 晶 唐五代宋元出土漆器朱書文字解讀 1
陳葆真 關於遼寧本《洛神賦圖》的一些問題 49
高橋智 臺灣故宮博物院所藏觀海堂舊藏日本古鈔本《論語集解》之價值 107
黃仕忠 雙紅堂文庫所藏戲曲考 135