

数字出版研究的“社会文化转向”^{*}

——基于出版史的范式更新

◎ 刘 影

摘要: 借重20世纪史学理论向社会史和文化史的两次转向,书籍史和出版史研究从仅仅注重书籍生产和物质文化的自身发展逻辑,转而关注书籍与社会经济结构、书籍与人的互动关系,实现研究范式的“社会文化转向”。当前,推动数字出版研究从产业范式转向社会文化研究范式更具客观性和必然性:一是互联网作为新的社会结构性要素,打破了传统产业的固有边界,使数字出版研究必须融入信息化社会经济变迁新结构,实现“社会转向”;二是互联网在Web2.0阶段从“传媒”到“人媒”的本质转变,创造了人人参与的文化机制,数字出版研究应将重心放在新的阅读群体如何利用数字文本进行意义建构和权力博弈,是为“文化转向”。站在人类传播史的高度,贯通研究口传、印刷和网络知识生产的社会影响和心理影响,出版史和数字出版研究具有内在的范式关联,并能进一步打通整个出版学的方法论。

课题: 教育部人文社会科学研究规划基金项目“印刷出版与网络出版的范式冲突、融合与转移研究”(18YJA860008)

关键词: 数字出版;出版史;研究范式;社会文化转向

DOI: 10.3969/j.issn.2095-0330.2020.03.009

20世纪五六十年代至八九十年代,在年鉴学派、新文化史研究范式和研究方法的影响下,西方书籍史和中国出版史的研究都从过去“窄域”地考察书籍自身的版本目录和生产流通,转而从社会史和文化史更大的视野探讨人们如何以印刷品为媒介进行传播和交流,阅读如何反过来影响他们的思想和行为。这一范式转换把出版研究从自我封闭的境遇中拯救出来,极大地抬升了出版史(主要是书籍史)研究的学术地位。在此之前,“你不会遇到任何一位主流历史学家试图把书籍理解为历史中的一股力量”(达恩顿语)。

但是出版史的范式更新并未嘉惠整个出版学科,其研究成果一枝独秀。能钻故纸堆的人才会研究出版史,出版史始终是出版学学科体系中偏“高冷”的分支学科。出版学的学科体系框架,基本是按照现代出版产业体系组织设计的,整体学科取向自然偏产业范式。当下数字出版活动的自身发展打破了现代出版业自成一体的链式结构,走向与广阔的社会情境相结合的趋势,其中“人”(读者)的知识需求因互联网

Web2.0社会化媒体特征而得到凸显。数字出版研究同样走到范式转换的十字路口,仔细分析,其实非常适用出版史的“社会文化转向”。借用《书史导论》里的一句话:“书史还要从这里继续走向数字出版、网络出版。”

一、数字出版研究的社会转向

西方书籍史的新范式突破,首先是接受、实践了年鉴学派的总体史观。年鉴学派主张“总体史”观和“历史学的社会科学化”,强调历史是包罗人类活动全部现象的“整体”,反对“事件化的史学”,主张借鉴社会学、经济学等社会科学的方法,加强各种社会历史现象要素之间的横向关系研究。^①这种综合分析方法和“结构”史观,为什么特别适合书籍史的研究呢?用罗伯特·达恩顿名言总结就是:“书籍联系着极其广泛的人类活动——从捡破烂到传达上帝的声音的一切事。它们是匠人的产品、经济交换的物、观念之舟以及政治和宗教冲突的要素。”年鉴学派创始人费

弗尔身体力行，与印刷史专家亨利-让·马丁合著《印刷书的诞生》，成为“总体史观”研究书籍史的开山之作。自序中对该书的定位是：“这本书叙述的，并非某项技术的沿革。我们探究的，在于社会上观念交流的新方式，对欧洲文化带来何种影响。”及至美国历史学者伊丽莎白·爱森斯坦穷十七年功力写就《作为变革动因的印刷机》一书，更是照着这一研究范式做出了更精深的成果，成为印刷出版“社会史”研究的典范之作。

当下互联网已经代替印刷术成为“社会上观念交流的新方式”，其对社会文化形态的变革性是否就如谷腾堡革命开始生产印刷文本那般深刻，还无法遽下断言，“只缘身在此山中”。基于我们愈来愈能看清的事实，比起书籍史研究，数字出版研究客观上更须融入社会结构变迁，因为互联网从技术到新媒介再到社会结构性要素^②，这个过程太迅猛了，不过二三十年像洪水般把原来几百年坚固的、包括出版在内的诸多产业模式都冲乱打散了。

互联网作为信息新技术，自诞生之初就埋下了最深层的变革种子：程序编程、C语言、分布式包交换结构的技术特征，使传统的中央集权、自上而下的金字塔式组织系统一下崩塌而实现去中心、扁平化；信息的文本性转向超文本超链接的开放、分享、协作。互联网进入商业社会的开端，即1990年代末的Web1.0门户网站阶段，人们更多地利用网页浏览新闻信息，互联网呈现明显的媒介特征，被称为现代三大媒介之外的第四媒介、新媒介。这个定位认识直到现在还在被广泛使用，“新媒体环境下……”如何如何、“互联网时代……”如何如何，遮蔽了后来互联网真正“作为历史中一股变革力量”的演进。历史的大转向是2004年开始的Web2.0，其带来了以Facebook、维基百科、微博、微信等为代表的社会化媒体。社会化媒体是基于社会关系的内容生产与交换平台，从以信息为中心的连接以用户（节点）为中心的连接，互联网技术逻辑发生了本质的转变：“连接”的不仅是信息，还有作为用户（节点）的个人、政府机构、企业的现实社会关系。^③网络既复制了现实关系，又构建了新型线上关系，这种混合模式带来了新的社会结构和社会形态。“信息时代的支配性功能与过程

日益以网络组织起来，网络化逻辑的扩散实质改变了生产、经验、权力与文化过程中的操作与结果。我们可以称这个社会为网络社会。”^④互联网从媒体到社会结构性要素的本质属性转变，在即将全面来临的Web3.0（也被称为物联网）阶段，可能会得到升级强化。伴随5G技术、大数据、可穿戴设备、智能芯片的发展，凯文·凯利曾经预言的所有的连接（人、物、环境）将会使未来社会变成“ONE”——一个巨大的有机体，正在逐步成为现实。正如尼葛洛庞帝所言：“计算不再只和计算机相关，它决定我们的生存。”

互联网的“连接”的演进逻辑和虚拟现实合一的技术范式，最直接的影响是摧毁了传统产业的专业边界，而且使得每个产业都成为网络的一部分。现代出版产业最重要的三个支点——图书、人、机构，都发生了位移变形：首先，图书的封闭形制被打破了，先是电子书实现载体转移，但书还是“书”，等到IP、知识付费概念出现后，内容知识生产开始具有流动性、跨媒介性；然后，书籍生产接受中最重要的“人”——作者、读者，从被出版社规训的对象，说你能出书才能出书、让你看什么书就看什么书，到社会化平台每个人都有发声器，都成为托夫勒所说的产消者（prosumer，生产消费合一者），而且可以通过社交网络找到跟自己匹配的知识生产者和受众；接着，知识生产从出版社特许经营垄断到互联网平台、技术运营商、内容生产者都进来插一脚，被出版社称为“外行搅局”，实质是这个“局”变了，外行变内行，甚至无所谓外行与内行，此之内行为彼之外行，整个阅读出版的生态环境都发生了改变。如何解释、预判这种种新现象？数字出版研究再回到“现代性”范畴的产业范式显然是行不通了。

如果说书籍史、出版史的社会结构范式更新，是学者不满过去研究将社会经济发展状况视为出版活动发生的背景板，而将书籍的生产传播置于社会经济动态关系结构中进行过程研究，更是一种自觉的学术追求，那数字出版研究的社会转向则带有被动的刚性制约意味。因为历史上人类依赖的任何媒介都局限在有限的范围内，印刷媒介改变的只是读书人的精神世界，它对物质世界和社会生活的变革是通过人的“头脑”

间接发生作用的。所以书籍史研究即使再精微，也无法触及“不读书的人”的思想观念和社会行为。而作为数字介质的互联网，其连接社会的广度和深度是空前的。如果把新冠疫情作为绝对条件的实验室，我们可以看到线上对实体的替代性超乎人们的心理预期。历史的客观进程要求数字出版研究必须融入信息化社会经济变迁新结构中去，实现“社会转向”。

二、数字出版研究的文化转向

1960年代，“总体史观”的年鉴学派寻找普遍规律的历史学雄心，受到后现代主义思潮的挑战，20世纪史学理论又发生了从“历史学的科学化”到聚焦普通民众日常生活和思想观念的新文化史的“文化转向”。不同于旧文化史把文化范畴作为具体研究对象，新文化史更强调文化因素（意识）作为方法论对存在的能动作用，怀疑宏大叙事和历史决定论，研究旨趣注重通过描述具体人群的微观世界，展现人类社会的多元性和偶然性。^⑥而阅读是构建个体意义世界的重要门径，读者阅读经验的差异性更能反映社会文化生态的多样，因此接受“文化转向”范式的书籍史研究很自然地将重心转移到对个人阅读行为和社会接受史的理解，即阅读史研究和读者研究。一方面，阅读史研究成为新文化史的重要组成部分；另一方面，阅读史比书籍史更偏向阐释系统，更需借重人类学和文学批评理论与方法。

当前，数字阅读作为数字出版研究重心，在客观上更加呼之欲出。因为互联网在Web2.0阶段从“传媒”到“人媒”的本质转向，其去中心化、对等性使原来自上而下的精英“把关人”传播机制失效，从而创造了人人参与的文化机制，而且信息知识生产带有鲜明的碎微化、无深度、娱乐性的后现代文化特征，使数字出版研究在“社会转向”同时走向“文化转向”。另外，不同于以往旧媒体的“只读”模式，社会化媒体的互动性，使历史上前所未有地留下不同社会背景读者的大规模阅读评论样本，阅读史研究的最大难题“大多数阅读行为并无文字记载”在数字时代迎刃而解。但吊诡的是，与普遍强调读者主体地位的崛起形成鲜明对比的是，根据学者对21世纪以来数字出版研

究综述，数字出版研究仍然强势集中于生产者主导和关注的数字出版产业、技术、转型等方面，关于读者和数字阅读的研究成果仍然是零星的。^⑥更多的学者集中火力对数字阅读进行价值批判和道德哲学上的警告。

周宪在《从“沉浸式”到“浏览式”阅读的转向》一文中提出：“假如真是‘狼来了’，那么站在印刷文化的立场上抵制电子媒介文化是没有出路的。问题的关键不在于赶走‘狼’，而是如何‘与狼共舞’”，要“亲近‘狼’，了解‘狼性’”。^⑦这个比喻耐人寻味。狼的隐喻是侵略的、不怀好意的，隐含传统知识分子对印刷术维持的现代社会秩序和文化秩序的正当性遭受威胁和破坏的担忧；遗憾的是，这一“防御”的保守立场会遮蔽对数字阅读的认知。不过周宪是研究视觉文化的，他更清楚视觉文化早已代替印刷文化成为大众社会的文化中心，所以其提出要了解“狼性”，就是要搞清楚数字阅读是怎样的一种阅读。

首先，数字阅读≠数字+阅读。所谓数字+阅读，就是先认定存在一种阅读范式和价值标准，比如阅读的本质是“思考和促进思维”^⑧，然后以之衡量阅读文本转移到数字介质上以后的阅读效果，自然得出纸质阅读是深度系统的，数字阅读是快、泛、短、浅、碎的。周宪提出数字阅读是不同于书籍阅读的一种全新的阅读形式。数字阅读未必有单一固定文本，它的文本是多义的、互文的、边消费边生产的，它调动的不仅仅是眼睛之于书籍，而是更多的感官参与阅读。阅读史的一个重要研究发现是“阅读形式产生的意义和后果”。比如人类从口语传播的朗读到书籍默读，“默读使阅读从公众行为走向私人行为”，加之印刷文本线性排列的有序枯燥，有助于培养理性的自律自我，导致现代社会“理性世界”的建立。但是，书籍阅读也把情感、对话、交流和读者参与排除在外，^⑨数字阅读现在体现的特征似乎是在帮“书籍的秩序”纠偏。置于阅读史研究的历史视野，数字阅读的问题关怀应该是从书籍阅读到读屏、听书，从默读到社会化阅读的又一次阅读方式转向，到底会塑造怎样的个人和社会。

数字阅读的另一个实质是“技术使一部分人被看见”。通过文化和知识生产研究权力运作，是新文化史

的灵魂。^⑩阅读史本质上是社会不同阶层围绕阅读的权力博弈与制衡的过程。我们今天采用麦克卢汉所说的“后视镜”视角，视印刷书阅读为精英阅读，批判教化“不读书的人”。但是中外书籍史、出版史的研究有一个剥茧抽丝的复原：都证实印刷书诞生之初是为当时权力中心和社会上层人士瞧不起的，抄本和印本长期共存；印刷书是因应大学新建、商人阶层出现和社会底层世俗实用的阅读需要才从边缘走到中心的。机械印刷的大规模复制，为大众文化的来临创造了物质条件，也令当时的统治阶层恐惧、厌恶。^⑪数字阅读是有史以来堪比甚至比印本时代更大规模的阅读的阶层下渗。“权力平衡是在更多的群体之间进行的，而不像当初，只有资产阶级知识分子与贵族两个集团。”^⑫数字阅读生力军的相当一部分原本就是印刷阅读无力覆盖的人群，技术赋权使他们可以编织自己的“意义之网”。如果从福柯“知识是一种权力”的观点出发，数字阅读研究的重点应是社会各阶层特别是底层边缘群体如何利用数字阅读和书写创造自己的文化身份，重新争夺话语权，像耽美、二次元等。

数字出版的“文化转向”要求研究落在“人”上，仔细检视不同的个体通过阅读如何建构自己的文化身份和理解世界的方式。但阅读史后起于书籍史，因此具有社会史和文化史的双重性格。数字阅读研究仍然适用达恩顿提出的融合两种范式的具体路径：先沿着社会学维度的研究模式六阶梯“谁在读”“读什么”“在哪里读”“什么时间读”“为什么读”“如何读”推进，最终抵达阅读研究的核心问题“读者群的变化是怎样使文本的意义被重新构造”^⑬。数字阅读的真相只有在得到呈现后，真正的文化批评才会来临。

三、范式更新及意义：跨学科、传播史视角研究数字出版

何朝晖在历述中国古代出版史研究的四个发展阶段后，认为社会文化语境下的中国古代出版史研究是迄今以来“最为深刻复杂的一次范式转换”^⑭。这主要是它的理论源头特别多。除了年鉴学派和新文化史这两股史学洪流是借来的范式，还有目录学、文本社

会学、语言学、文学批评理论等的加入，书籍史研究成为一场“跨学科的混战”。当然最关键的还是社会史和文化史的转向。新文化史起于反对年鉴学派社会史脱离日常生活，社会史内部在范式自省后兴起“自下而上的社会史”，最后两股合流，“将历史人物的经历、解释、象征性行为和文化实践与当时的社会结构和进程结合起来”^⑮，合称新社会文化史。书籍史研究正好兼取其长，“社会转向”使书籍史研究将书籍生产传播置于社会经济结构的宏观框架之下考察，“文化转向”提示了于书籍研究更重要的是读者接受和意义生成；只有对阅读的环境有所了解，才能对阅读的性质做出判断，两者缺一不可，因此可称为研究范式的“社会文化转向”。

数字出版研究的“社会文化转向”更具客观性：一是不像印刷术那样仅仅是媒介，互联网更是社会结构要素（有学者称为“社会支撑技术”），打破了出版产业的固有边界，迫使互联网知识生产融入信息化社会结构新变迁；二是当下的社会化媒体是以人为本的内容信息连接，突显了新环境下读者（或知识接受者）的主体地位和新阅读新文本的意义建构的研究重要性和必要性。而且相比出版史的范式转换来自社会史、文化史两股学术潮流的历时性合流，书籍史和阅读史研究各有先后重心，数字出版研究的社会转向和文化转向是共时性同界面存在的：在将互联网知识生产的要素——内容、人和组织置于网络社会经济的宏观结构性框架中做关系分析时，可以着重探讨网络上活跃的个体如何利用知识生产和阅读实践建构文化身份和进行社会交流；在知识产品供大于求的信息时代，互联网的知识生产和消费将更加指向文化上的意义所指。

但是纵观国内数字出版的年度研究综述热点，基本上是“光盘+出版”“网站+出版”“电子书+出版”“两微一端+出版”“大数据+出版”“AR/VR+出版”“区块链+出版”“5G+出版”……这些研究成果连缀起来就是一部数字技术和数字出版产品沿革史，这反而能与对传统出版史“研究比较重视书籍的物质形式和生产技术，对书籍的文化意义和书籍背后的社会史研究有所忽略”的批评对上号。

新闻传播学学者黄旦《重构“谷登堡星汉”》一

文摘要可以尽录于此：“现有的出版，无论其含义还是运作，均来自机械印刷。印刷出版作为现代出版方式，颠覆了传统知识的生产环境，改变了已有的宗教、政治和社会，形成了新的文明。不同时期的‘出版’，都内含一种技术尺度和比率，出版史就是不同类型‘出版’的历史。我们应该以这样的眼光来思考数字时代出版的重构和创新。”^⑥

所谓“旁观者清”。这段话抓住了数字出版研究的关键。其背后是麦克卢汉代表的媒介环境学派的主要观点。媒介不是工具，媒介即讯息，“一种新媒介的长处将导致一种新文明的产生”^⑦。西方书籍史研究跟媒介环境学派异源同宗，跳出书籍是内容载体的“麻木”认知，认为书籍是媒介，“‘媒介’这一术语摒弃了印刷品仅仅是作者文字的体现的观点，表明了影响文本流传的诸多因素”^⑧。出版史和数字出版研究具有内在的范式关联，都是站在人类传播史高度，研究印刷术和互联网不同媒介的社会影响和心理影响。这种年鉴学派的长时段研究形成了出版史和数字出版两端的范式连接，使出版学浑然为一整体，其实就是贯通了出版学的方法论。新闻学科已经有人意识到，“新闻学科的基础要从媒介机构或职业新闻实践，转到整个人类传播实践”。编辑出版学学者赵丽华也认为，“出版要放在人类阅读史的视野中而非局限于印刷与定本思维，要从媒介变革、认知模式变革的高度重新认知”^⑨。

数字出版研究沿用出版史的范式更新，从产业范式转向社会文化研究范式，“跨学科”地研究互联网知识生产传播和接受，既能与人文社会科学其他学科共享学术话语工具，也有望使出版学树立独特的学科地位。因为长于史料考辨的文史专业学者出版史做得再好，其实不太懂出版产业和媒介发展的规律，书报刊只是他们讨论思想、文化、政治、学术的通道或载体。面对日益媒介化的社会，媒介的影响效应会不断放大，这也是“把书籍作为社会交流和社会交往的中心”的书籍史研究日益成为显学的原因，数字出版研究更有天地可为。除了研究范式的更新，出版史研究的面貌一新，特别得益于借用其他学科的研究方法：学习年鉴学派借用社会学经济学的计量统计方法，科学化某一时代某一地区的图书生产和哪些人读了哪些书

的宏观研究；学习新文化史借用人类学的田野调查、深描等方法，获得普通人的日常生活和思想观念的一手研究资料，以及精细分析具体读者如何赋予文本以意义。计量方法在生活世界已经被互联互通和数据化的大数据时代、民族志的“参与式观察”在社交媒体的知识社区、同人社群，无疑都更有用武之地，这些研究方法运用于数字出版研究更会大放光彩。研究范式已然客观要求，研究方法就是学术追求。社会文化范式的“跨学科”，可以提升出版学学科水平、明确出版学的独特学术价值，进而跟其他学科平等对话。

(刘影, 华东师范大学传播学院副教授)

* 感谢我的研究生曾文新、杜清雨在“印刷媒介与现代性”课程上讨论数字阅读的观点贡献。

注释:

- ① 巴勒克拉夫.当代史学主要趋势[M].杨豫,译.上海:上海译文出版社,1987:56-75.
- ② 喻国明.互联网是高维媒介:一种社会传播构造的全新范式[J].编辑学刊,2015(4):6-10.
- ③ 彭兰.“连接”的演进——互联网进化的基本逻辑[J].国际新闻界,2013(12):6-19.
- ④ 卡斯特.网络社会的崛起[M].夏铸久,等译.北京:社科文献出版社,2001:569.
- ⑤ 伊格尔斯.二十世纪的历史学:从科学的客观性到后现代的挑战[M].何兆武,译.沈阳:辽宁教育出版社,2003:110-153.
- ⑥ 陈洁,吴申伦.面向数字化的编辑出版学转型——21世纪以来数字出版研究综述[J].出版广角,2019(18):32-36.
- ⑦ 周宪.从“沉浸式”到“浏览式”阅读的转向[J].中国社会科学,2016(11):158-159.
- ⑧ 于殿利.读屏的社会文化寓意[J].现代出版,2018(6):7.
- ⑨ 夏蒂埃.书籍的秩序[M].吴泓缈,张璐,译.北京:商务印书馆,2014:13-21.
- ⑩ 亨特.新文化史[M].姜进,译.上海:华东师范大学出版社,2011:总序7.
- ⑪ 费夫贺,马尔坦.印刷书的诞生[M].李鸿志,译.桂林:广西师范大学出版社,2006:11-14.肖东发,于文主编《中外出版史》(p48-52)也谈到唐代未能出现官刻和抄本长期存在的原因.
- ⑫ 费瑟斯通.消费文化和后现代主义[M].刘精明,译.南京:译林出版社,2000:70.
- ⑬ 达恩顿.拉莫莱特之吻:有关文化史的思考[M].萧知纬,译.上海:华东师范大学出版社,2011:145-146+161.
- ⑭ 何朝晖.对象、问题与方法:中国古代出版史研究的范式转换[J].中国出版史研究,2017(2):15.
- ⑮ 俞金尧.书写人民大众的历史:社会史学的研究传统及其范式转换[J].中国社会科学,2011(3):200.
- ⑯ 黄旦.重构“谷登堡星汉”[J].现代出版,2020(1):36.
- ⑰ 伊尼斯.传播的偏向[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003:72.
- ⑱ 芬克尔斯坦,麦克利里.书史导论[M].何朝晖,译.北京:商务印书馆,2012:50.
- ⑲ 赵丽华.从朗读到有声阅读:阅读史视野中的“听书”[J].现代出版,2018(1):76.