

歷史學柑仔店

口述 / 許雅惠*

整理 / 張時健

壹、緣起

「歷史學柑仔店」的成立，與 2010 年前後出現的學科部落格有關，包括 2009 年創設的「芭樂人類學」與 2013 年的「巷仔口社會學」。芭樂與巷仔口的成功，帶給歷史領域的我們許多啟發，成立部落格將歷史學研究成果與知識推介給社會大眾，成為許多歷史研究者心中的期盼。這個想法經過幾年蘊釀，在 2014 年因太陽花學運而付諸實踐。當時發起的學者從史學視角參與當下的公共討論，為未來的歷史研究收集並保存材料，以呼應社會脈動，同時也希望召集更多的研究者共同推動歷史知識的普及。同年 4 月 4 日，臺灣大學歷史學系花亦芬、許雅惠、政治大學歷史學系金仕起、中研院歷史語言研究所祝平一、黃銘崇等幾位學者，邀集學界同儕，推出「歷史學柑仔店」，於同月底刊出第一篇文章。一開始由在公共事務上活躍的花亦芬擔任小店店長，負責聯繫與編務，2017 年由許雅惠接手至今，金仕起主責平台技術的更新與維護，祝平一、黃銘崇則為寫手中堅，快筆供稿不輟。

值得一提的是，這股風潮也是受益於書寫平台的革新發展。2000 年的第一個 10 年間，個人部落格一度風行，許多學者在自己的部落格上撰寫文章分享歷史知識與研究心得，這些大眾書寫的嘗試早於「柑

* 許雅惠 國立臺灣大學歷史學系教授 yahweihsu@ntu.edu.tw

仔店」。然而以個人之力維持部落格寫作相當辛苦，因此「柑仔店」集合衆人之力的合作生產型式，能分擔寫稿的壓力，對平日在教研崗位上的學界同仁來說，負擔不至於太重。加上已有「芭樂人類學」和「巷仔口社會學」的前例，「柑仔店」的開張更容易被學門成員理解與響應。創始階段的邀請信寄出後，得到許多同仁的迴響，於是「歷史學柑仔店」正式開店運作。而後其他學門也陸續推出自己的平台推介科普知識，如「菜市場政治學」以及「漫遊藝術史」等等。

貳、開放書寫的作者俱樂部

「柑仔店」自創建以來，以全體作者組成的通信群組（mailing list）維持線上交流。每年十月在群組中開放隔年的寫作班表的輪職認領，由群組內作者自填，以兩週上稿一次的密度出刊。「柑仔店」經營十多年以來僅歷兩任主編（花亦芬與許雅惠），加上創始的資深成員如祝平一、黃銘崇、金仕起等學者至今亦經常代筆補位，使整體的編輯方針開放而穩定，同時維持群組參與的彈性。整體而言，「柑仔店」雖不提供稿酬，也無正式獎勵制度，但寫作輪職能運作如常的基礎，是群組成員的責任感與互信。主編按輪職表適時提醒作者備稿，大多能準時收到。偶有臨時的空窗或延誤，則需協調由他人代稿，盡量維持兩週一文的出刊節奏穩定。

除了既有作者群，編輯群每年也會討論並邀請新血加入。受邀的學者在同意加入並認領輪職後，即成為群組成員。隨著每年十月的新成員加入，作者群逐年擴大。另一方面，部分作者隨著學術年資漸長，需承擔更多行政工作，或面臨升等考核與其他因素，無法每年持續輪職寫作。因此，群組每年十月適時地吸收新成員，不僅能維持整體的寫作能量，也能拓展新的研究視野與領域。

通俗書寫是寫作的原則，比如專研上古史的歷史學者杜正勝的影響力為人所知；他的文章兼具考證的嚴謹與論理之清晰，可說典範，這樣的寫作其實難能可貴。實際上，能讓常民可讀但又兼有研究深度的寫作，並不是一般學者所長。因此「柑仔店」在鼓勵更多歷史學者參

與的前提下，盡可能開放各種寫作形式，有貼近學術論文的嚴謹筆法，也有史料爬梳時的筆記，或是偶有讀書心得、或學者對談等等，不一而足。多數時候來稿僅經最小程度的格式編修後即照登，主題、內容、風格與文長（多數為五千字至八千字，偶有三千字小品文）都是開放自由。而且內容主題範圍廣泛，在歷史學領域下涵蓋研究、教學、史料介紹與方法論等。唯與其他網上論壇不同的是，「柑仔店」文章著重史學專業，鮮少針對時事作針砭評議，文章通常在刊出數年後仍具有參考性與可讀性，因此社群上定期安排舊文重刊，反映了「柑仔店」重視知識品質而非流量的編輯方針。

儘管目標是面向臺灣本地的大眾書寫，但「柑仔店」的文章並未偏重常民史或臺灣史，而是儘可能地涵蓋並反映歷史學門諸領域，包括中國史、世界史與文化史等。歷史研究被視為理解自身與世界的重要途徑，無論研究臺灣、中國或世界，目的皆在深化對自身社會的認識。以中國史研究而言，作者們的書寫提供了臺灣視角，與中國內部以及他國學者的中國史研究對話，目的不在頌揚傳統中國，也有別於中國國族中心的單一敘事。將中國史置於更廣闊的東亞或世界脈絡中理解，也揭示中國文化習於內化並吸納外來文化以為已用的傳統。

「柑仔店」編輯框架開放有彈性，但不是沒有邊界，來稿不能違背歷史學堅持寫作皆有所本的根本原則。必須是以史料為根據、或經史學方法考證使文章信而有徵的書寫，亦即以史料以及史學方法為根據的非虛構寫作。在這原則下，有不少文章改寫自研究論文。但以歷史事件為喻延伸的創造性虛構文本，即超出了歷史學寫作的邊界，這是「柑仔店」的核心堅持。

在人人皆可歷史寫作的時代，「柑仔店」維持了偏學院風格、貼近史料原典與史學方法的定位，有別於更為通俗的歷史科普網站，如「故事」。「故事」的成立時間稍晚於「柑仔店」，由歷史科班的研究生發起，後來轉為文化公司。「故事」的文章不乏業餘作者提供，接受投稿支付稿費，也承接政府文化單位的活動或計劃。相較於「故事」更為普羅的商業型態，「柑仔店」始終維持非營利的學術定位。儘管定位不同，兩者在推廣歷史知識上的作用能彼此互補。「柑仔店」重視知識品質與準確性，強調提供具學術嚴謹性的短篇內容，也回應社會對嚴肅且可信知識的需求，希望能建立公民的歷史素養。而「故事」長處在內容選題

吸引人，呈現盎然的歷史趣味，能引大眾入門，實是好事。

參、史學的大眾趣味：神祕感

「柑仔店」讓學院內的作者按各自研究的興趣與材料供稿，不像社群網紅那樣需要針對讀者的偏好設計內容，也沒有配合流量調整主題或編輯方針。雖然網站或臉書帳號的後台提供模糊的讀者輪廓，文章被轉載的次數與流量也約略呈現當下讀者偏好，但這種偏好並不固定，讀者的具體樣態也難以說清楚。

曾經現身而可辨認的讀者中，以中學教師最鮮明。現在的中學課程有「探究與實作」的設計，因此歷史或社會科教師在教學上常需要延伸教材或參考教學，而「柑仔店」文章可以滿足此類教學需求。「柑仔站」的編輯或作者有時也受邀至中學教師的研習活動或到校演講，在這些真實的互動中可感受到「柑仔店」的影響力。與此相關的是，高中生在申請入學的準備上，多有參考研讀「柑仔店」文章的例子。不過，柑仔店文章以史學專業取勝，有一定的知識門檻，中學教師可能比學生更容易理解。柑仔店的文章的知識流佈過程，可能是經由中學教師的中介轉化，再傳授給學生。

除了校園中的讀者之外，社會人士中也不乏歷史愛好者。這從大學的歷史課堂長期以來有校外人士的參與旁聽可見一二，有些醫師或理工學者也因業餘興趣而累積特定的歷史知識，他們也是「柑仔店」的訴求對象。

歷史之於常民，究竟趣味何在？一般的社會科學學門關注的是當代社會，與讀者當下所面對的議題有關，不免有切身利益層次的考量。但歷史則不然。歷史的學科知識因為在時間向度上與當下拉開距離，對讀者而言自帶未知的神祕性。這對讀者是有吸引力的，閱讀「柑仔店」的文章可說是本於這樣好奇與探索欲望。以貫串古今的時間軸來看，歷史書寫呈現過去的人物與事件、文明與文化，是當代人們想像或思考未來的依附點。許多科幻電影呈現的未來景象，是創作者從遠古文明或傳統社會中尋找歷史素材，加以拼湊建立而成的。

這也說明為何社群當道的年代，以講古說書為題材的內容創作者依然受到歡迎，因為讀者從中得到探索神祕感與滿足好奇心的趣味。

「柑仔店」定位在提供本於史料史實的文章，為發展這樣的趣味提供了種子與土壤。好比故宮博物院為了讓民衆能欣賞歷史文件、字畫與古器物，必須先請研究員考究後提供圖錄與文字說明，再經教育展示部門的轉譯與展覽安排，就能讓歷史知識轉化並呈現給社會大眾。

肆、知識有價時代繼續公共知識論壇

知識有價，使用者付費支持創作的想法在今日愈來愈普遍，許多新興的內容創作者或專業網站紛紛以收費型態經營，尋找能長期營運的模式。相較之下，提供高質量內容且穩定出刊的「柑仔店」，開辦至今仍免費向社會大眾開放。近年也有若干線上媒體接洽，探詢合作與知識轉譯的可能性，但由於牽涉到內容訂價、創作者權利與授權程序，以及編務流程的重新設計，同時也關乎成員意願，因此一直沒有進一步的行動。一個根本性的問題是：知識份子的公共書寫，是否還有其他方式？這個問題的答案，仍有待「柑仔店」的作者與編輯在實踐中繼續探索。