

Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.rw.2024.12.003



欢迎按以下格式引用:李明,李向民.论明清徽商的艺术赞助与江南书画生态环境关系[J].重庆大学学报(社会科学版),2025
(1):191-201. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.rw.2024.12.003

Citation Format: LI Ming, LI Xiangmin. On the relationship between the art patronage of Hui merchants in the Ming and Qing dynasties and the ecological environment of calligraphy and painting in Jiangnan [J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2025(1):191-201. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.rw.2024.12.003

论明清徽商的艺术赞助与江南书画 生态环境关系

李 明,李向民

(南京艺术学院,江苏 南京 210000)

摘要:明清时期徽商的艺术赞助造就了新安画派、扬州画派等艺术的繁荣,是艺术生产和文化产业研究的重要案例。徽商在明清书画市场中的作用是多元化的,其历史意义和时代价值也十分重要。徽商“士商一体”的独特身份有利于其与文人交游,同时徽商集艺术实践、鉴赏、投资、消费、收藏于一体的多元社会身份对于江南艺术市场的繁荣和江南艺术水平的提升具有重要意义。徽商大多出身于富庶的文人家庭,耕读传家和诗书礼教的家风给他们带来了深厚的文化底蕴和雄厚的家庭资产。徽商对于书画艺术的热爱和推崇促使他们广泛地参与到艺术活动中,他们与文人、士商等阶层的交游便于商业行为的推进。徽商艺术赞助将商业行为和非商业行为有机结合,改善了江南书画的生态环境,同时也营造出独具特色的明清江南书画文化空间。徽商艺术赞助的有效性与徽商艺术活动方式丰富多样性分不开,主要包括交友结社、文化赞助、交易收藏等,乃至酬客赠答、艺伎传情、政客雅贿等则是具有时代特征的书画艺术活动形式。徽商赞助可以分为不同层次,从获取方式上说主要包括身体文化资本的获取和制度文化资本的获取,从运作的手法上说主要包括付钱请艺术家作画、收购旧时名画、投资当时名家作品,提供艺术家生活所需,成为其艺术赞助人等。通过文化资本理论分析发现徽商对书画等艺术品的热衷消费,揭示了其作为社会分层标志的文化资本积累策略。徽商通过物质化、身体化与制度化文化资本的运作,不仅促进了江南艺术市场的繁荣,还提升了地区艺术审美品位,推动了文化艺术的发展。同时,徽商的艺术赞助行为催生了文化资本的再生产,与文士阶层形成文化生产共同体,深刻改变了江南文化生产空间,孕育了新安画派与扬州画派等艺术流派。研究表明,徽商在文化艺术领域的策略性投资与消费,对明清江南文化生态的健康发展起到了重要推动作用,为我国文化艺术政策制定和文化产业发展提

基金项目:国家社会科学基金文化遗产保护传承研究专项“大运河历史文化研究”(24VWBN007);江苏省社会科学基金课题“长三角一体化背景下城市文化空间结构优化研究”(20YSB002);江苏省研究生科研与实践创新计划项目“文化产业区演化与城市空间重构机理研究——以南京为例”(KYCX23_2383)

作者简介:李明,南京艺术学院,Email:851934121@qq.com;李向民,南京艺术学院紫金文创研究院教授,博导。

供借鉴意义。

关键词:明清徽商;艺术赞助;文化资本;书画生态环境;江南文化空间

中图分类号:J022 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2025)01-0191-11

明清作为现代性发生的重要历史阶段,其繁盛的艺术现象成为文化艺术生产和文化产业研究的重要样本。明代后期随着城镇商品经济的发展,商人阶层急剧壮大,商品因素渗透在社会的各个方面,商人在整体社会结构中的作用越发重要。传统的“士农工商”四民阶层随着时间发生着变化,商人在向文士阶层流转靠拢^[1],最显著的一个特征就是商人获得巨额财富后,便开始了艺术领域的“奢侈性”消费,其中实力最为雄厚、影响力最大的就是徽商。这种“奢侈性”消费原是士大夫阶层的标志性活动,“士大夫富厚者,以治园亭、教歌舞之隙,间及古玩”^{[2]522}。其不仅是一种消费,更隐藏着阶层的品味和分层。“炫耀性消费”所发挥的作用远非仅止于功能性或生理性的满足,它更深层次地起到了阻碍社会流动的作用,将先前跻身于社会高层的少数群体地位制度化^[3]。社会阶层的区分并不仅仅是由经济决定,而是文化资本、经济资本、社会关系等可实际利用的手段的综合体。商人拥有巨额财富后,便开始向文化场域进军,与文士阶层形成了文化场域支配权、话语权的竞争,其中的关键就在于文化资本占有的多少^①。因此从文化资本视角展开对徽商的艺术消费、赞助和文化资本的积累、再生产的观察很有必要,也对现代中国文化艺术生产和政策制定有所裨益。

一、明清江南城市文化崛起

明代晚期,随着江南的商业贸易和经济交流不断发展,江南艺术市场呈现出生机勃勃的局面。艺术家、交易人和投资者的商业意识不断提升,江南书画市场由无到有、由少到多、由小到大逐渐发展起来。明末清初的江南艺术市场主要集中在相对比较富庶的南京、苏州和扬州等地,书画市场的兴起标志着江南城市在明末清初的复兴和重建,同时也有力地折射出江南地区城市文化的崛起。明清时期江南地区书画活动频繁而活跃,充满着生机和活力,除了书画家和文人雅士之外,社会各阶层深受时代高雅文化气息的熏染不断参与到书画艺术市场之中。江南地区的书画活动形式多样,主要包括交友结社、文化赞助、交易收藏等,而酬客赠答、艺伎传情、政客雅贿等则是具有时代特征的书画艺术活动形式。明末清初的江南地区文化生态环境较为独特,呈现出三大特征,一是追求精致而高雅的生活方式;二是文人之间以及文人与社会高层之间的交往日趋密切;三是艺术审美趣味呈现出崇尚和慕雅的倾向。江南地区商业的发展与文人雅士的雅集倡和相互激发,形成独具江南文化魅力的文化生态环境和艺术生产空间。当时文人交往的社会功能较为复杂,既有历史和现实原因导致的竞争之乱,又有文人书画技艺切磋以及书画藏品的赏鉴,同时还有文人雅士与商人、投资者之间的商务交往。

正是在这种浓郁的历史时代特征和文化地理空间之下,明清时代的书画投资行为在商业因素之外还夹杂着诸多官宦文化、青楼文化、雅聚文化等文化元素。徽商的独特社会身份在这个特殊的时代顺应时代潮流,顺理成章地成为江南书画市场的重要投资人和参与者。徽商不同于一般的商

^①布迪厄的文化资本理论是对资本论的非经济学解读而提出的一种社会学概念。布迪厄将资本划分为经济资本、文化资本和社会资本(而后又加入象征性资本),其中经济资本和文化资本对阶层分区起了主要作用,资本总量的多少决定了阶层的差异和社会位置,资本的结构对场域行动者的策略有着重要影响。

人,他们生长于富裕的家庭,自幼受到良好的文化熏陶,成年后很多徽商从事与官方有着密切关系的商业活动。徽商这种“士商融合”的社会角色定位对于江南书画市场的投资有着重要的文化意义。徽商对于书画的热爱是幼年时代深厚文化养成的,他们对于书画作品有着极高的艺术修养和鉴赏能力。徽商对于江南书画市场的参与是全方位的,“徽商艺术赞助和经营的方式有:付钱请艺术家作画、收购旧时名画、投资当时名家作品,提供艺术家生活所需,成为其艺术赞助人等”^[4]。徽商投资行为的目的也各不相同,有的是出于对艺术家的仰慕而有意资助其生活;有的是意欲通过书画的品鉴而交友或交流;有的是希望通过购买名家书画而获取商业利益;有的是通过收藏名贵书画作品而提升自己的社会地位或者家庭文化声望;有的则是想购买名家字画来达到“雅贿”的目的。徽商的艺术品投资偏好主要集中在古代的名家书画以及同时代优秀书画家的作品,古代名家书画除了具备一般书画作品的市场价值之外,还具有极高的历史价值和文化价值,因此,古代名家书画的价格奇高且难以寻觅,同时一旦落入达官贵人之手就会被珍藏,从此很难再次进入市场。徽商对于同时代的优秀书画家的艺术品投资是其主要的投资手段,而当时的很多优秀书画家在尚未成名之前需要有一个被发掘和被发现的过程,这就需要投资者具有广泛的社会交往和极高的艺术鉴赏水平。徽州商人的投资偏好不仅深受时代风尚影响,同时江南士绅的风雅生活方式对徽商的书画投资行为也具有重要意义。可以说,江南文人雅士的艺术活动和徽州商人的财力支持相结合,共同推动了江南书画生态环境和文化空间的形成与发展。

二、徽商的艺术赞助研究概述

对于徽商的研究由来已久,但对徽商的艺术消费和赞助却是随着艺术赞助视角的引入而兴盛起来的。当前对于徽商的艺术消费和赞助研究主要集中于四个方面。一是对徽商艺术消费的动机。士商阶层通过艺术消费来彰显自身的品味趣味,其深层次目的是社会地位的争夺^[5]。文人一方面依靠强调雅俗的区隔、艺术行为规范等排挤商人的文化侵袭,另一方面,也通过制定标准来引领商人消费,并以此谋生^[6]。二是对于徽商艺术品的经营。徽商的艺术品投资和收藏活动一直与徽商集团的兴衰紧密相连,并不似以往所认为的徽商只是“附庸风雅”^[7]。三是对于徽商的艺术赞助形式与动机。徽商拥有财富之后,依然被认为是“末富”,其艺术赞助的主要动机为与文士阶层靠拢、提升商人社会地位、增加财富价值以及满足世俗心理^[8],赞助形式主要包括延聘名士、举办文人雅集、刊刻诗书、修建书院以及购藏艺术品等,其中具有典型性的是扬州二马的艺术赞助^[9]。四是徽商与文士之间的互动,主要集中于具体的文士或者徽商的社会交往,其中扬州八怪交往研究成果颇丰,例如金农艺术创作就是文人因素以及社会因素共同作用的结果^[10]。扬州徽商的宏富收藏以及消费偏好都对石涛的题材创作,绘画风格产生了重要影响^[11]。也有学者立足鹿邑徽商赞助艺术行为的商业动机探讨八大与鹿邑交往的必要性和其中的商业利益联系以及隐藏在其背后深刻的社会观念与族群共同心理分析^[12]。

总体而言,当前相关研究多少都会涉及徽商的艺术经济行为与阶层竞争的关系,但通常将艺术消费和赞助割裂开来,大多属于描述性的研究,缺乏一种更为广阔的研究视角,难以窥探明清徽商艺术经济行为的全貌和隐含机制。文化资本理论是社会学的经典方法,是布迪厄对资本论的非经济学解读而提出的一种社会学概念,其将资本划分为经济资本、文化资本和社会资本(而后又加入象征性资本),其中经济资本和文化资本对阶层分区起了主要作用,资本总量的多少决定了阶层的差异和社会位置,资本的结构对场域行动者的策略有着重要影响。有鉴于此,本文将艺术消费和赞

助有机勾连起来,从文化资本角度系统审视徽商的艺术消费与赞助,观察艺术消费如何成为群体区分的重要标志,以及徽商如何通过艺术消费与赞助将经济优势转化为文化资本优势,进而呈现明清语境中徽商艺术消费和赞助与艺术生产和江南书画生态环境之间的复杂关系,为现代文化艺术政策制定提供借鉴意义。

三、艺术消费动因与物质文化资本积累

(一)徽商艺术消费和投资对江南文化生态影响

明代中晚期书画作为艺术商品在市场上交易、流通,原属于士大夫阶层的书画鉴藏与交易行为被商人阶层所效仿^[13]。这是因为艺术消费和经济资本一样凝聚着社会的不平等关系,不同的消费群体有着不同的消费品味、理念与偏好,不同的消费也标志着群体的身份地位。法国社会学家布迪厄在《区分》一书中以酒的消费为例指出,一般从事体力劳动的阶层往往喜欢烈性酒,而从事脑力劳动的中产阶层则更加偏好较温和的葡萄酒或者香槟酒,揭示了社会分层对消费需求的影响^[14]。书画古玩等作为一种名声“物化”的商品,大多时候商人可以通过金钱迅速买到他们,以快速提升社会地位。对于这一行为,清代著名书画商吴其贞在《书画记》中说道:忆昔我徽之盛,莫如休、歙二县,而雅俗之分,在于古玩之有无,故不惜重值争而收入。时四方货玩者闻风奔至,行商于外者搜寻而归,因此所得甚多。其风始开于汪司马兄弟,行于溪南吴氏、丛睦坊汪氏,继之余乡商山吴氏、休邑朱氏,居安黄氏、榆村程氏,所得皆为海内名器^[15]。徽商四处奔走,重值收购古玩的目的就在于想要变得“雅”起来。吴其贞认为徽商收购艺术品的风气是起于汪司马兄弟。汪道昆因收藏颇丰,名人巨儒、高雅文士纷纷登门求观,引起徽商们的羡慕,于是纷纷效颦争相购买古玩字画^[16]。徽商羡慕的显然不是汪道昆购买古字画的经济能力,而是拥有藏品后所获得的吸引名人巨儒、高雅文士纷至沓来的影响力。

雅和俗到底是谁制定的?答案是四民之首的文士阶层。他们不仅规定物质上时尚的区分标准以使得自己“卓越化”,更制定行为上时尚的标准。晚明时期意大利传教士利玛窦同样观察到这个现象:(中)国之人珍爱古物;然而,却无雕像或纪念章,众多的青铜器则得到珍视,尤其是带有特殊侵蚀痕迹的,但其中的佼佼者则是出自名家之手的珍贵画作,通常为水墨作品^[17]。文震亨在《长物志》中更是细致介绍了如何把玩这些雅物,这些准则是文士阶层积淀已久的文化审美和艺术精神在日常生活中的反映。这种趋势重塑了徽商的生活模式,商人因此需成为众多领域的鉴赏家,涵盖价值程度不同的精美食物、得体的服装与装饰品、私家园林、文学艺术等多个层面。徽商不仅要大量消费并持有适当的艺术精品,更需懂得如何以恰当的方式进行消费,悠闲生活必须遵循一定的规范,展现高雅的品味和生活方式^[18]。

文士阶层作为时尚的掌控者和引领者,他们决定文化领域里什么是雅,并从中获利。从这个角度来说时尚成了一个将纯粹富有者手中的财产重新分配的过程。文士作为“名”的拥有者,书画作为其名声的实物化^[19],具有较高的经济价值和流通价值。而这些富裕的徽商们,为了谋求和彰显其上层社会的地位,逐渐将更多资金用于购置珍稀书画,以此作为身份的象征。在这过程中,部分财富流向了擅长制作“雅玩”的工匠和贸易商人,而另一部分则回流至既有的精英阶层。这些精英阶层凭借其话语权,界定哪些物品具有象征性的高价值,甚至还自己生产这些文化产品。鉴赏家们往往对纯粹的收藏家的藏品持贬低态度,但又不时地将自己藏品中的几件卖给这些收藏家,以此维持着书画藏品市场的流转与变化^[20]。

一定程度上来说,拥有的物质性文化资本越丰富或者说质量越高,其文化资本也就越丰厚。徽商的艺术投资和消费手法却更为丰富多样,除了商业手段之外,还有诸多的非商业手段参与其中,正是这些花样繁多的文化艺术行为与商业行为融合无间,更能彰显江南文化生态的健康发展和独特的文化空间特征。江南文人的社会身份较为复杂,有的文人本身就是官员或者商人,这种复杂的社会身份有利于他们在社会各界游刃有余的交往;有的文人出身名门,显赫的家世和殷实的家底为他们的艺术活动提供了广泛的人脉和坚实的物质基础;有的文人则是与青楼歌姬有着千丝万缕的情感纠葛,这给他们的艺术活动平添几分传奇色彩;有的文人天赋异禀,兼具创作和鉴赏的过人才华,在艺术圈享有很高的威望。正是这种文化行为和商业行为的完美结合,实现了“徽商在艺术家资助、艺术品的收藏和鉴赏、艺术品经营等方面与艺术的良性互动”^[4]。徽商艺术消费和投资行为对于江南文化生态环境有着重要的促进作用,一是表现在徽商艺术消费和投资导致江南艺术市场的形成和繁荣;二是表现在徽商的艺术消费和投资推动了江南地区艺术审美品位的提升;三是徽商艺术消费和投资也促进了徽州地区文化艺术的发展。徽商的艺术投资和消费不仅促进了文人之间的交往和交流,更为重要的是对于江南文化艺术的生态环境的良性发展起到重要的推动作用,同时江南这一文化概念的文化空间得以扩展和强化,明清时期的江南文化空间因为书画市场的繁荣和书画生态环境的提升得以实质性的延展。

(二)徽商物质化艺术资本的运作

物化形态的文化资本,即书画等物质性的文化资本,成为文化资本占有量的重要考核指标。按照李日华的雅致清单,书画占据了重要位置。徽商为了提升自身的社会地位,纷纷大力购置书画,这一疯狂举动极大地刺激了书画市场的发展,同时也催生了作伪之风的盛行。在《万历野获编》《味水轩日记》等各类文献中,关于此现象的记载比比皆是。艺术市场与其他行业不同之处在于入市壁垒太高,不仅需要极大的财力更需要极大的眼力。久经商场的精明商人由于鉴赏能力不够,在市场栽了跟头,常花大价钱买了假东西,为人们所耻笑。沈德符嘲讽徽商:比来则徽人为政,以临邛程卓之赀,高谈宣和博古,图书画谱。钟家兄弟之伪书,米海岳之假帖,渑水燕谈之唐琴,往往珍为异宝^{[2]522}。

由此可见,虽作为物质形态的文化资本,其获取并非完全取决于经济资本,而是必须与个体内在的文化修养(即身体化的文化资本)紧密相连。书画古玩等文化象征,要求具备深厚的专业知识方可赏鉴把玩,否则极其容易陷入被蒙蔽的境地。这种审美鉴赏能力,需经过长期的学习与实践方能获得,其过程的艰辛构筑了文士阶层的阶层壁垒。仅仅通过购买书画古玩等物质形态的文化产品,徽商并不能真正获得文化标识与阶层认同,反被冠以“附庸风雅”的名号。

在被鄙夷的同时,徽商也通过经济手段影响供需关系,改变了市场价值导向。例如徽商重元,推崇倪瓒,元画价格骤增十倍,王世贞对此大为不满。他认为画当重宋,倪瓒逸笔草草,不可学也,并将原因归之于“大抵吴人滥觞而徽人导之”。沈德符也将此归因于缺乏鉴赏能力的“新安耳食者”。但是让文士阶层没想到的是,徽商当下的重值采购,积累了丰厚的物质文化资本,成为后来徽商艺术赞助、文化生产和文化资本增值的重要基础。

四、徽商艺术赞助下身体化与制度化文化资本的获取

从上述论述可知艺术消费体现着阶层区分,但是仅仅通过购买书画、古玩这种物质资本,无法获得文士阶层的认可,徽商还必须有足够的品味和鉴赏力,也就是身体化和制度化的文化资本才能

赢得认同。

(一)艺术赞助下身体文化资本的获取

从市场竞争摸爬滚打出来的徽商吃亏之后,自是不会不明白在这场艺术买卖中自己的优势与弱点,采取了长短线两种方式解决自己可能遇到的风险。短线是雇佣深谙此道的职业商人或者鉴赏家以规避风险,由此产生了居间人。在徽商方用彬所留七百余篇亲友手札中就常有这样的记载。如木册○四七余祈礼:外承谕求苏之善书者,未否何人,或卷或册,大小何似,得以详示为便^{[21]773}。水册○五八汪睿礼:久望不见颜色,令人渴思。兰花似非真迹,足下以为何如?谨奉璧,谢谢^{[21]868}。这种方法一定程度上可以用经济资本降低风险和时间成本,但是毕竟还需要依赖他人,更大的问题在于依旧会有被欺骗的风险。《欧陂渔话》中记载了一则新安贾人为求董其昌书法,被居间人和假董其昌蒙骗的故事^[22]。不仅伪作泛滥,人亦可作伪,其风险可见一斑。因此徽商采取了一个更为稳妥,但需要消耗大量时间和金钱的办法,那就是兴办教育,获得身体化的文化资本。

身体文化资本,即那些通过家庭教育和学校教育等途径所习得,并内化于精神与身体之中的知识、教养、技能、趣味及审美等文化素养^[23]。正如人们通过劳动创造物质财富,亦可通过学习,逐步积累文化资本,实现其身体化。徽商凭借其卓越的经济实力及丰富的艺术收藏,为后代的身体文化资本积累提供了得天独厚的优越条件。为了接近士大夫与官僚阶层,富有的徽商采取了双重策略。一方面,他们致力于让子孙投身于儒学,追求举子业。为此,他们不惜重金聘请杰出的学者来教育子孙,并慷慨捐款支持学校的建设。另一方面,徽商在培育后代的同时,亦积极提升自身的社会地位与声望,收购古玩字画成为他们的专长,众多名画纷纷流入徽商手中。由此,商人与文人之间形成了一种互补关系。此时,徽商所收藏的大量艺术品,特别是古今字画,不仅为后代学习提供了丰富的物质资源,也为当地绘画的发展注入了强大动力,极大地促进了当地人学习绘画的热情。新安画派与扬州画派的崛起,与徽商的这种举措有着密不可分的关系。明末著名徽州书画家詹景凤交游甚广且沉迷书画创作和收藏,他曾写道“吾族世蓄古书画,往时吾新安所尚,画则宋马(远)、夏(圭)、孙、刘(松年)、郭熙、范宽,元颜秋月、赵子昂,国朝戴进、吴伟、吕纪、林良、边景昭、陶孟学、夏仲昭、汪肇、程达,每一轴价重至二十余金不吝也。而不言王叔明、倪元镇,间及沈启南,价亦不能满二三金。又尚册而不尚卷,尚成堂四轴,而不尚单轴”^[24]。徽州文人的书画投资不吝重金且眼光奇高,他们对于江南艺术市场的健康发育起到重要作用。

徽商在明清时期建设了大量书院,可谓“天下书院最盛者,无过东林、江右飞关中、徽州”。徽商不仅热心参与书院的修缮与重建,更承担了办学所需资金、学生生活补贴等各项费用,并特地为书院聘请了众多学界名士担任教职。其中,王步清在安定书院,姚鼐在梅花书院,赵翼、杭世骏等人分别执掌各书院,他们均为进士出身,学识渊博。安徽学者戴震,被梁启超誉为“前清学者第一人”,亦曾在扬州书院讲学。可以说正是徽商的大力赞助和对书院的投入为徽商后人培养提供了极大的便利。

综上可以看出,身体化文化资本的获得除了耗费大量的时间和精力,还需雄厚的经济资本作为支撑,因为除了赞助基础设施,还要重金延聘名士,这种高度专业化知识的人才具备极高的市场价值。身体文化资本通过代际间的传递,能够促进更为高效和高质量的文化再生产,由于众多书画精品的存在,徽商后代自幼便置身于艺术氛围之中,耳濡目染,深受熏陶。在这样的环境下,许多徽商后代逐渐练就了非凡的艺术鉴赏能力。诸如溪南吴氏中被誉为能“染指一切古文、金石、汉书”的吴守淮,“善鉴古鼎金樽彝、法书名画之属”的吴治,还有吴新宇、吴一钦,从睦坊汪氏的汪汝谦、汪宗

孝等,休宁吴氏吴应科、吴怀保、吴明瑞等,休宁榆村程氏程季白、程明诏、程子逊、程龙生、程怡生兄弟等不胜枚举。

(二)艺术赞助下制度文化资本的获取

徽商后代通过赞助教育积累身体化的文化资本,进而具备了获取制度文化资本的能力。他们利用科举考试这一制度,成功将个体层面的身体文化资本转化为集体层面的客观形态文化资本。自明朝中叶伊始,直至清朝咸丰年间,徽商秉持以儒经商之理念,进而由商入仕,形成商官相辅相成之格局,此种模式已渐成传统^[25]。汪道昆用一张一弛阐述了徽商的生存理念“夫贾为厚利,儒为名高。夫人毕事儒不效,则弛儒而张贾。既则身飨其利矣,及为子孙计,宁弛贾而张儒。一弛一张,迭相为用”^[26]。贾得厚利,儒得高名。而事儒和事贾之间,儒的优先级别是高于贾的。同样可以看出四民之间的不平等关系依然存在,即使自身事贾,为子孙考虑,为宗族发展考虑,也需要贾和儒的“迭相为用”,让子事儒是一种重要的文化资本。需要说明的是除了科举商人还有一条获得官职的途径——捐纳。但是这一途径由于并未通过科举这样一种对知识和技能进行考核的社会公认的形式将其制度化,所以认可度有所欠缺。在洪亮吉所著的《更生斋集》中,载有一则士商交往的记述,徽商通过捐纳获得“三品章服”的官职后,面对肄业生的行礼相当傲慢,但是对于陌生人的鄙夷和挑衅却也无可奈何,只能丧气而去,可以看出捐纳所得的官员地位并不完全为人们所认同^[27]。

更为重要的是在这样一个过程中,即使致仕不成,徽商后人也获得了一种文化身份,与文士阶层交往就容易了许多,这种身份也成为一种可以置换社会关系、文化生产的资本。明汪昱《垂虹别意卷》后的跋语中记录了一位徽商之子戴昭游学苏州的事迹,“苏多名士,善诗赋,为诸藩称首。戴君明甫与之游,获其诗累卷”。戴昭在苏州学诗于唐寅,由于其为人“言动谦密,亲贤好士”,因此吴中名士“悉得于交,忘年忘情”^[28]。《垂虹别意诗卷》包括沈周、文徵明、杨君谦等苏州名士在内,共有名士30人赠诗。这种通过教育与致仕获得的文化资本对社会阶层结构产生了巨大的影响,徽商与文士阶层的互动融合也逐渐深化。

五、艺术赞助催生的文化资本再生产

徽商通过消费获得物质化的文化资本,通过兴办教育和培养子孙致仕积累了身体化的文化资本以及制度化的文化资本,赢得文士阶层认同。为了进一步获得文化场域的话语权,徽商除了通过消费来获得文化资本外,还必须能够拥有文化资本再生产的自主能力以获得文化场域竞争的胜利。正如布迪厄在时尚生产理论中提出时尚是消费和生产两个相互独立的场域共同“协作”的结果^[29]。

(一)徽商赞助催生文化资本再生产

赞助是徽商获得文化资本的重要方式,也是一种隐性的文化生产和再生产。相对于普通的物质生产而言,文化的再生产也需要雇佣劳动力和投入物质材料,但是与重复性劳动所产生的价值不同,文化产品中蕴含着“独一无二”的创意、审美、技巧等“创新价值”,而这创新价值依赖的是劳动者的脑力劳动^[30]。

除了徽商本身进行创作外,能否让文士阶层帮助徽商实现文化再生产是文化领域权力争夺的关键。尽管明末清初索要润笔,以画治生已是水到渠成,但是不同于职业画家,文士阶层并不完全以经济利益为考量,而是受到文化传统、身份名望、道德观念等多方面的制约,文士“以自娱、抒情为主要动机的创作一直存在”^{[31]101}。因此赞助成为徽商实现文化再生产的重要途径。其中最重要的一项赞助就是共享其规模巨大的藏品。前文所述徽商的巨额收藏成为文士阶层进行文化再生产的

文化资本。徽商将这些书画收藏进行交流展示,供文人临摹学习,使得文化生产的劳动者可以通过自己的脑力劳动将收藏“内化”。例如汪楫的“借书楼”,江春的“读书楼”,扬州八怪作为直接受益者,其艺术生涯与徽商在书画藏品方面的赞助有着千丝万缕的联系。

徽商通过赞助与文人构成了一种文化生产的“共同体”。徽商的赞助形式是多样的,包括延聘艺术家、出资雅集、赞助出版等形式。其赞助不同于一般的物质赞助,是具有人文关怀的赞助,而不纯粹以经济为目的。以徽商对于扬州八怪的赞助为例,徽商赞助既包括物质生活上的吃穿住行,也包括婚丧嫁娶,养老善终,甚至很多形成了联姻关系。商人与文士阶层之间并不是西方赞助中雇主与劳动力的关系,更倾向于一种平等自由的个体之间的帮助,两者互相选择构成了一种“生产共同体”,基于这样一种生产关系,文士阶层帮助徽商生产更多的文化资本。扬州二马的艺术赞助堪称典型,马家兄弟不仅赞助名士,更对有才华的寒门士子尽资助之能事,尤其是对扬州八怪关怀备至,慷慨解囊。金农、黄慎、罗聘、高翔等人均得到其资助与扶持,甚至涵盖到养老送终、周恤孤寡的层面。最重要的是接受赞助的文人依旧在很大程度上保持着自身的独立性,在赞助方面,他们并不完全受制于某一赞助者,而是能够同时接受来自多方的资助。在创作层面,他们同样拥有自主权,并不被强制要求进行创作,且具备同时为多个赞助者创作的权利。以黄慎为例,他就曾在多个徽商园林中寄居,其创作和生活均有足够的自由。

马克思在《资本论》中深刻揭示资本是隐藏在物质形式背后的人与人之间的社会关系。“再生产”理论强调良好社会关系的“再生产”是极端重要的,在资本主义的框架下,资产阶级与工人之间“再生产”出一种异化的社会关系。因此,马克思对现实人的“客观存在条件”提出了根本要求,即“再生产”出共产主义的社会关系,达成自由个体的联合体^[32]。在徽商对文士的赞助中,他们之间的关系既非雇主与雇员,也非主人与宾客,而是呈现出一种平等共处的态势。徽商的“人文”赞助方式构建了一个文化生产的共同体,在这种真正的共同体中,每个个体通过联合的方式获得了个体的自由。当前很多研究也指出晚明是一个社交发达的社会,名人的文化产品创作除治生目的外,很大程度上是人情的往来的,但这种应酬书法的创作过程也完全可以是愉快的,并且在质量和水准上未必一定次于适意自娱之作^{[31]101}。也正是这样一种新型的生产关系既为文士阶层“业余理想”保留了应有的空间,同时应对了其在现实生活情境中所面临的复杂性。

(二)徽商艺术赞助引发江南文化生产空间的改变

徽商还通过提供文化空间(举办雅集)来满足文士阶层的精神需求和社会需求,激发其创作的灵感和积极性。不同于工业规模化、流程化的生产,文化生产需要付出大量的脑力劳动,创作灵感是重要的生产资本。中国古代文人学画需游历山水,文人景观游赏经历了从自然景观走向人景合一的名胜景观的过程^[33]。在此过程中文人一来可以开阔视野,提升绘画技巧,二来激发创作灵感,文人雅集也承担着类似的功能。雅集将自然之美与人文气息融为一体,为文人士大夫提供了结社吟诗、切磋技艺、交流启发的平台,彰显了文人们闲适且充实的生活态度,也满足了他们追求精神富足的愿望。文士在欣赏美景时激发创作欲望,既领略自然的野趣,又将个人情感融入作品之中,凭借其文学功底、创作技巧和审美意识等内在文化资本,进行脑力劳动为主、体力劳动为辅的文化生产。作为回报,这些文化成果往往归属于赞助者徽商。这种文化资本的获取方式相对隐秘,不同于直接的市场交易,它隐藏在风雅活动的背后,为这种利益置换赋予了“合法性”。文人因此得以享受精神上的满足,而商人则获得了书画作品等物质性文化资本以及名声等象征性资本。

明清时期,徽商巨贾亦在自家的园林府邸中纷纷设立雅集,举办各类文化活动。这些雅集不仅

是为了欣赏园林美景、消磨闲暇时光,更是为了书画艺术的交流、情感的联络,吸引文人雅士的参与。以马氏兄弟所建的小玲珑山馆为例,其四周环绕着扬州八怪诸位艺术家的居所,诸如罗聘的弥陀巷宅、汪士慎的“青山旧馆”、高翔的“五岳草堂”以及金农寄居的“三祝庵”等,以马氏的小玲珑山馆为核心,形成了一个文化活动区,成为文士阶层的重要交流创作空间^[34]。每逢这样的雅集诗会,“诗成即发刻,三日内尚可改易重刻,出日遍送城中矣。每会酒俱极珍美,一日共诗成矣”^[35]。雅集成为文化时尚的重要发源地。小玲珑山馆这样的徽商宅院,不仅为文人雅士提供了集会场所,也资助了如郑板桥、李鱓、李方膺等贬谪官员,以及华嵒、黄慎、金农等寒门文士。作为回报,受助者常以诗画赠予商人。《歙事闲谈》中黄次荪回忆道:“太平天国运动之后,金冬心、郑板桥等人的作品一幅联对,皆价值数万。昔日中等人家,家中壁上所挂,皆是此类画作,亦无人估其高价。”^[36]由此可见,即便是中等家庭,也常见扬州八怪价值连城的画作挂于壁间,足见徽商书画赞助策略之成功。

明清徽商的艺术投资和消费行为促进了江南地区艺术市场的繁荣,同时极大地推动了江南书画艺术的创作和鉴赏水准。江南地区在明末清初达到文化艺术的高峰状态,营造出独特的明清江南书画文化空间,梁启超曾写道:“然固不能谓其于兹学之发达无助力,与南欧巨室豪贾之于文艺复兴若合符契也。”^[37]梁启超把明末清初的江南文化空间比喻为西方的文艺复兴,而徽商的艺术赞助和消费在其中起到重要的历史作用。

总而言之,徽商不仅进行艺术消费,更注重文化资本的再生产,这体现了他们在文化领域的主动性和策略性。赞助成为徽商获取文化资本的重要途径,通过与文士之间建立一种平等自由的“再生产关系”,二者结合成文化生产共同体,围绕徽商营造的文化空间形成了一批艺术创作者,使得徽商在文化领域取得了重要地位,孕育出新安画派和扬州画派等艺术流派。

结语

本文从文化资本视角出发,结合马克思再生产理论提出徽商成功的主要原因在于三点:一是大力购入艺术藏品积累了丰厚的物质文化资本,掌握了文化生产和文化资本增值的重要基础;二是通过兴办学校,延聘名士的赞助方式使得徽商后代获得身体化文化资本,并利用科举致仕获得制度化的文化资本,加深士商融合,进一步提升文化场域的话语权,造就了新安画派的繁荣;三是通过赞助构建了“文化生产共同体”,使得文人能够自愿为其生产更多的文化资本,并通过打造文化空间,进行文化活动这一隐秘的方式实现经济和文化资本的置换,实现艺术生产的繁荣。清徽商的艺术投资和消费行为促进了江南地区艺术市场的繁荣,同时极大地推动了江南书画艺术的创作和鉴赏水准,营造出独特的明清江南书画文化空间。

贾而好儒的徽商在文化资本上的投资和竞争促成了新安画派的崛起,也造就了扬州画派的辉煌,其艺术赞助策略对当今文化艺术政策的启示有:(1)重视私人投资与赞助。徽商在明清时期通过资金支持艺术家和文化项目,促进了地方文化和艺术的发展,体现了私人投资在文化艺术领域中的重要作用。政府可以通过激励措施吸引私人资本投资文化艺术领域,如设立税收减免、提供资助配套等,以鼓励更多企业和个人参与到文化艺术的支持中来。(2)建立艺术与商业的良性互动。徽商通过投资艺术品和文化项目,不仅获得了经济利益,也提升了他们的社会地位和文化影响力。这表明艺术和商业之间可以形成互惠互利的关系。政府可以鼓励文化艺术项目与商业合作,鼓励艺术创作面向市场,探索商业化运作与艺术创作的平衡,满足人民群众多样化的文化需求。(3)支持艺术教育与人才培养。徽商关注艺术教育和人才培养,这对推动艺术的持续发展至关重要。文化

政策上可以考虑建立艺术教育基金,加大对公共艺术的投入,鼓励对艺术人才的培养和支持,促进艺术教育与社会需求的对接。(4)重视地域文化的保护与传承。徽商在艺术投资中注重了地方特色和传统文化的保护。在当今文化艺术生产中要重视地方文化的保护与传承,鼓励地方特色文化项目的发展,以维护文化多样性和历史遗产。(5)加强对艺术生产特殊性认识和对艺术人才的尊重。文化生产具有特殊性,生产者其追求的不仅是物质回报,更有精神层面的满足。徽商通过赞助与文士阶层形成了生产的共同体。政府和社会各界对于文艺工作者要给予足够尊重,加强对艺术人才的知识产权保护,给予文艺工作者合适的评价和奖励机制。

参考文献:

- [1] 战雪雷.“文化资本”视域下的明代中后期文人画:文化要素的资本化与艺术生产的商业化[J].荣宝斋,2023(6):220-229.
- [2] 沈德符.万历野获编[M].杨万里,校点.上海:上海古籍出版社,2012.
- [3] VEBLEN T. The Theory of the Leisure Class:an Economic Study of Institutions[M]. London:George Allen & Unwin,1970.
- [4] 王超.明末清初徽商艺术赞助的形式及其美术史贡献[J].佳木斯大学社会科学学报,2021(3):167-169,173.
- [5] 叶康宁.风雅的竞争:晚明的士商关系和书画消费[J].美术学报,2016(2):11-18.
- [6] 汪映雪,陶小军.晚明文人意趣对书画消费的影响[J].艺术探索,2017(2):24-28.
- [7] 张长虹.品鉴与经营:明末清初徽商艺术赞助研究[M].北京:北京大学出版社,2010.
- [8] 赵昕.徽商对扬州画派私人艺术赞助的行为研究以及当代意义的思考[D].淮北:淮北师范大学,2016.
- [9] 徐丽丽.清代“扬州二马”艺术赞助研究[D].镇江:江苏大学,2022.
- [10] 吴昊天.论金农的社会交往与艺术创作之关系[D].芜湖:安徽师范大学,2021.
- [11] 杨丽娜.晚年石涛与扬州徽商的交往研究[D].济南:山东师范大学,2017.
- [12] 李燕茹.八大与鹿邨的交往徽商艺术赞助与明末清初文人情怀研究[D].南昌:江西师范大学,2014.
- [13] 张媛.儒行、贾行:基于中晚明绘画著述书写原境的行为考察[J].南京艺术学院学报(美术与设计),2023(6):35-40.
- [14] BOURDIEU P. Distinction:a Social Critique of the Judgement of Taste[M]. Cambridge,Massachusetts:Harvard University Press,1984.
- [15] 吴其贞.书画记[M].北京:人民美术出版社,2006:119.
- [16] 陈传席.陈传席文集[M].北京:中国青年出版社,2017:859.
- [17] 柯律格.长物:早期现代中国的物质文化与社会状况[M].高昕丹,陈恒,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2015:88.
- [18] 索尔斯坦·凡勃伦.有闲阶级论[M].凌复华,彭婧玲,译.上海:上海译文出版社,2019:60.
- [19] 王丁.名望与消费:晚明逐“名”风气与文士以画治生活动之展开[J].南京艺术学院学报(美术与设计),2022(3):42-48.
- [20] 卜正民.纵乐的困惑[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2004:250.
- [21] 陈智超.美国哈佛大学哈佛燕京图书馆藏明代徽州方氏亲友手札七百通考释[M].合肥:安徽大学出版社,2001.
- [22] 叶廷琯.吹网录、鸥陂渔话(鸥陂渔话卷一)[M].黄永年,点校.沈阳:辽宁教育出版社,1998:6.
- [23] 朱伟珏.“资本”的一种非经济学解读:布迪厄“文化资本”概念[J].社会科学,2005(6):117-123.
- [24] 徐永斌.文士治生视野下的明清江南文艺市场[J].南开学报(哲学社会科学版),2018(1):91-101.
- [25] 陈传席.清代中国画坛三大重镇及其形成[J].东南文化,1988(2):25-28.
- [26] 汪道昆.海阳处士金仲翁配戴氏合葬墓志铭[M].胡益民等,点校.合肥:黄山书社,2004:1099.
- [27] 洪亮吉.更生斋集·文甲集[M].上海:上海古籍出版社,2002:44.
- [28] 汪珂玉.珊瑚网[M].上海:上海古籍出版社,1991:213.
- [29] 朱伟珏.权力与时尚再生产布迪厄文化消费理论再考察[J].社会科学,2012(1):88-103.
- [30] 李向民.文化经济学[M].北京:清华大学出版社,2022:33.
- [31] 白谦慎.傅山的交往和应酬:艺术社会史的一项个案研究[M].增订版.桂林:广西师范大学出版社,2016.
- [32] 马克思.资本论.第一卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,译.北京:人民出版社,2018.
- [33] 何峰.中国古代名胜景观的生成与传承[J].重庆大学学报(社会科学版),2024(2):133-146.
- [34] 王成晏.徽商对扬州画派艺术赞助的动机研究[D].北京:中央美术学院,2014.
- [35] 李斗.扬州画舫录[M].扬州:江苏广陵古籍刻印社,1984:180.
- [36] 许承尧.歙事闲谭[M].李明回,彭超,张爱琴,点校.合肥:黄山书社,2001:709.
- [37] 梁启超.清代学术概论[M].上海:上海古籍出版社,1998.

On the relationship between the art patronage of Hui merchants in the Ming and Qing dynasties and the ecological environment of calligraphy and painting in Jiangnan

LI Ming, LI Xiangmin

(Nanjing University of the Arts, Nanjing 210000, P. R. China)

Abstract: During the Ming and Qing dynasties, the art patronage of Hui merchants contributed to the flourishing of artistic schools such as the Xin'an Painting School and the Yangzhou Painting School, making it an important case for the study of art production and cultural industry. The role of Hui merchants in the calligraphy and painting market during these periods was multifaceted, with significant historical and contemporary value. The unique identity of scholar-merchant of Hui merchants facilitated their association with literati. Meanwhile, their multifaceted social identity, which integrated art practice, appreciation, investment, consumption, and collection, played a crucial role in the flourishing of the Jiangnan art market and the enhancement of the region's artistic standards. Most Hui merchants originated from wealthy scholarly families. The family traditions of farming and reading, along with the teachings of poetry, books, and etiquette, endowed them with a profound cultural heritage and substantial family assets. Their passion for calligraphy and painting led them to actively engage in artistic endeavors. Their interactions with literati, scholar-merchants, and other social strata facilitated the advancement of commercial activities. The art patronage of Hui merchants effectively combined commercial and non-commercial behaviors, improving the calligraphy and painting environment in Jiangnan, while creating a distinctive cultural space of calligraphy and painting in Jiangnan during the Ming and Qing dynasties. The effectiveness of Hui merchants' art patronage was inseparable from the rich diversity of their art activity modalities, mainly encompassing making friends and forming associations, cultural patronage, transaction and collection, and even the forms of calligraphy and painting art activities with the characteristics of the times such as rewarding guests and giving presents, expressing emotions through female entertainers, and elegant bribery by politicians. The patronage of Hui merchants can be classified into various levels. In terms of acquisition methods, it mainly included the acquisition of embodied cultural capital and institutional cultural capital. From an operational standpoint, it mainly encompassed compensating artists to create works, purchasing antique masterpieces, investing in the works of contemporary renowned artists, providing for the livelihood of artists, and becoming their art patrons. Through the analysis of cultural capital theory, it is found that the Hui merchants' enthusiastic consumption of artworks such as calligraphy and painting demonstrates their strategy of cultural capital accumulation as a marker of social stratification. By engaging with materialized, embodied, and institutionalized cultural capital, the Hui merchants not only fostered the prosperity of Jiangnan art market but also elevated the local artistic aesthetic standards, thereby driving the development of culture and art. Furthermore, their art patronage facilitated the reproduction of cultural capital and formed a cultural production community with the literati class, profoundly transforming the cultural production space in Jiangnan and nurturing artistic schools like the Xin'an Painting School and the Yangzhou Painting School. The research indicates that the strategic investment and consumption of the Hui merchants in the field of culture and art played a crucial role in promoting the healthy development of the cultural ecology in Jiangnan during the Ming and Qing dynasties. This provides valuable insights for the formulation of cultural and artistic policies and the development of cultural industries in China.

Key words: Ming and Qing Hui merchants; art patronage; cultural capital; art ecology of calligraphy and painting; Jiangnan cultural space

(责任编辑 刘琦)