

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2015.04.021

论文学商品化背景下作者群体特征的演变

——以明中期商人传记作者为例

张世敏

(上饶师范学院 文学与新闻传播学院,江西 上饶 334001)

摘要:随着明中期商人传记商品化程度的不断加深,商人传记作者的人数成倍增长,作者整体水平下降过程中出现了两极分化。这说明文学商品化使作者群体人数扩大的同时,会拉低作者的整体水平;与此同时,文学商品化被社会普遍接受后,会有更多优秀的人才充实到作家队伍中,从而催生更多优秀的作家。

关键词:商人传记;作者群体;文学商品化

中图分类号:G05 **文献标识码:**A **文章编号:**1672-626X(2015)04-0124-05

明中期是中国传记文学史上的一大转折,在润笔费的驱动下,这时的文集中出现大量为商人而作的传记。来自商人的润笔费,把明代的传记催化成商品。商人传记在明代弘治、正德、嘉靖三朝商品化程度不断加深,不仅对明代传记文学产生了很大影响,也使商人传记作者这个群体发生了变化。本文将在探讨商人传记商品化加深对作者群体影响的基础上,力图揭示文学商品化对作者影响的规律性。

笔者通过翻检《四库全书》、《四库全书存目丛书》、《续修四库全书》三部丛书,共搜集到50位商人传记作者撰写的160篇商人传记,并据《明史》及地方志等文献,编撰了《明中期商人传记作者小传》,在对商人传记文本整理的基础上,编撰了《明中期文集中商人传记目录》,^①本文的论证主要以此为依据。

在进入正题前,还需要提出并解决一个问题。商人传记的作者生卒年,不少都跨越了弘治、正德、嘉靖中的几个朝代,怎样才能比较科学地确定作者的朝代归属?考虑到明中期商人传记的作者大多数都是进士出身,中国古代士人的主要活动时间一般

都在登进士第之后,因而我们可以以此作为确定作者朝代归属的参照标准。另外,还有6位作者不是进士出身,本文采取的办法是按生卒年将他们放置在先于他们出生的进士之后、后于他们出生的进士之前。下面将把明代商人传记作者分别归入弘治、正德、嘉靖三个朝代,探讨商人传记作者的群体特征因文学商品化加深而发生的变化。

一、作者人数增长及其地域差异

从整体上来看,明中期商人传记作者的人数增长迅速,明中期弘治朝有作者6人,分别是李梦阳、汪循、顾璘、陆深、崔铣、殷云霄;正德朝有作者8人,分别是方鹏、吕柟、毛伯温、孙承恩、常伦、林希元、张袞、王宠;嘉靖朝有作者36位,分别是欧阳德、郑晓、徐阶、袁袞、田汝成、王慎中、李开先、唐顺之、金瑶、王世贞、汪道昆等。从弘治到嘉靖,作者人数迅速增长。

以上数据可以说明明中期商人传记作者的人数有显著增长,并不能证明作者人数显著增长与文学的商品化之间存在对应关系。要证明作者人数的增长是文学商品化导致的,需要对作者增长的地域

收稿日期:2015-05-01

基金项目:江西省高校人文社会科学研究项目(ZGW1416)

作者简介:张世敏(1982-),男,湖南邵东人,上饶师范学院讲师,文学博士,主要从事明清文学思想史文献研究。

差异与商人传记消费的地域差异进行比照,探析两者之间是否存在相关性。明中期 50 位商人传记作家,按照朝代与地区的分布情况如表 1。

徽州地区各朝产生的作者是,弘治年间 1 位,平均每 18 年出现 1 位,正德年间共 0 位,嘉靖年间 4 位,平均每 9 年出现 1 位;江浙地区的成长情况是弘治年间 2 位,平均每 9 年出现 1 位,正德年间 4 位,平均每 4 年出现 1 位,嘉靖年间 24 位,平均每 1.88 年出现 1 位;其他地区弘治年间 3 位,平均每 6 年出现 1 位,正德年间 4 位,平均每 4 年出现 1 位,嘉靖年间 8 位,平均每 5.63 年出现 1 位。通过数据对比可以发现,从弘治、正德到嘉靖,徽州地区、江浙地区的作者数量都有了成倍的增长,而其他地区的作者数量却没有明显变动。是什么原因导致明中期商人传记作者的人数增长存在明显的地域差异呢?

笔者认为,正是商人传记消费的地域差异导致了作者人数增长呈现出地域差异。徽州地区是商人传记消费的中心区,笔者检索到的 160 篇商人传记中,有 99 篇的传主是徽州商人。“好名”的徽商参与消费使得徽州地区成了商人传记的消费中心。徽州地区的作家共 5 位,其中金瑶撰写商人传记 13 篇,汪道昆 31 篇,汪循 1 篇,方弘静 7 篇,吴子玉 19 篇,共 71 篇,占了总量的近一半,是名副其实的生产中心。江浙地区是商人传记消费的亚中心区。江浙地区在明代中期共有 30 位商人传记作者,分别是顾璘、陆深、方鹏、孙承恩、张袞、王宠、郑晓、徐阶、袁袞、田汝成、唐顺之、皇甫汸、皇甫湊、薛应旂、张瀚、沈炼、莫如忠、茅坤、李春芳、周思兼、王世贞、刘凤、严果、姜宝、张祥鸞、张凤翼、王世懋、申时行、郑若庸、归有光。他们共撰写商人传记 63 篇,其中传主为徽商的 29 篇,比例高达 46%。其他地区是商人传记消费的边缘区,共有作者 15 人,为商人撰写传记 26 篇,传主为徽商的仅 4 篇,分别是李梦阳《鲍允亨传》、王慎中《黄梅源翁传》、李攀龙《何季公传》、耿定向《儒贾传》。

以上数据说明,商人传记作者人数的增长,与徽商的传记消费之间存在密切的相关性。徽州与江浙地区文人为徽商作传较多,这两个地区的作者数量在明中期成倍增长;其他地区文人很少为徽商作传,因此作者人数基本没有增长。不过,我们还得追问,徽商与徽州文人之间容易形成名利交换关系,但徽商与江浙地区的文人之间是否如数据反映的那样出现了名利交换关系?周暉在《二续金陵琐事》的文字可以回答这个问题:

凤洲公同詹东图在瓦官寺中,凤洲公偶云:“新安贾人见苏州文人如蝇聚一膻。”东图曰:“苏州文人见新安贾人如蝇聚一膻。”凤洲公笑而不答。^[1]

“新安贾人见苏州文人如蝇聚一膻”,指的正是苏州文人与徽州商人之间因名、利交换而形成的一种特殊的密切关系。

江浙地区的文人,也不避讳自己与徽州文人之间存在名利交换关系。以卖文为生,并为商人创作了大量传记的最典型的代表是郑若庸,郑存仁在《蛞蝓集序》中对郑若庸卖文有细致的记载:

君韬志韬晦,谢进取,闭门寂居,力昉古述作。时之明卿大夫,若九宇樵毂之众,每乐购其文,日猝猝应之,不暇给。……后去赵,舍清泉,固樵毂之萃,名卿大夫拥处上下,购其文者日益多,君又皆猝猝应之,余二十年所。^{[2](P558)}

郑存仁之言,向我们陈述了郑若庸以卖文为业的事实,却刻意地隐去了向郑若庸求文的人中多有商人,只言“名卿大夫”乐购其文。不过,郑若庸对自己喜欢结交商人之事毫无隐讳,他在为歙县商人胡南溪撰写的《南溪记》中说:“余平生乐与歙之人士交,歙之人士亦多好余”,^{[2](P578)}此语道出了他与歙县商人确如周暉《二续金陵琐事》所言,因名、利交换关系而“如蝇聚一膻”。因为存在这层关系,郑若庸在《蛞蝓集》、《北游漫稿文》两部文集中共为商人立传 13 篇,分别是《坤岩记》、《韦庵记》、《南溪记》、《迂叟记》、《翳松子传》、《紫厓君传》、《吴烈妇传》、

表 1 商人传记作者各朝、各地分布情况表

朝代名称	全国总人数	徽州地区人数	江浙地区人数	其他地区人数
弘治(18年)	6	1(汪循)	2(顾璘、陆深)	3(李梦阳、崔铣、殷云霄)
正德(16年)	8	0	4(方鹏、孙承恩、张袞、王宠)	4(吕柟、毛伯温、常伦、林希元)
嘉靖(45年)	36	4(金瑶、汪道昆、方弘静、吴子玉)	24(郑晓、徐阶、袁袞、田汝成、唐顺之等)	8(欧阳德、王慎中、李开先、靳学颜、宋仪望、李攀龙、吴国伦、耿定向)
合计	50	5	30	15

《吴隐君传》、《胡叔吉小传》、《味菜记》、《时斋记》、《东原君小传》、《汪少石小传》，算是多产的商人传记作家。这13篇传记的传主全部都是歙人，而且传主多数没有什么义行值得记述，如《蛭蛭集》卷二中的《韦庵记》，是为歙县盐商吴吉修所作，该文数百字都在释吴吉修的“韦庵”之名，文中未见传主有义行善举或高逸之行。文末记述了作者曾对吴吉修说过：“子将高明以立韦之体，柔顺以适韦之用，而趋变随时，允执厥中，无施而不可，匪直沾沾若西门氏之为也。张子房魁梧奇伟，而状貌如妇人女子，有得于韦，宜莫如是，敢以进子。”^[21](P577)] 据此可知，郑若庸是为了获得润笔费，而主动向商人进献谀词；在获得商人的肯定、收到润笔费之后所作的传记，也应当以谀词视之。又如《北游漫稿文》卷下中的《汪少石小传》，传主同样没有义行善举与高逸之行，郑若庸为其作传，也是因为他“平生乐与歙之人士交”的缘故。黄敦兵将明清之际文学商品化背景下，文人为获利而进行文学创作概括为“砚田糊口”，认为“大量士人长期沉滞下层，科举仕途日益拥堵。许多读书人在屡试不中情况下投身商海，而从事通俗文学创作以获取生存之资与扬名之具”，^[9]其情况与商人传记并无二致。

由此可知，明代商人传记作者人数的迅速增长，与好名的徽商重金求文之间有着密切联系。徽州、江浙地区是徽商主导的传记文学商品化的中心，这些地区的作者人数随着商人传记消费需求的增长而增长；其他地区远离传记文学商品化的中心，因此在商人传记消费需求增长不大的情况下，作者人数也相对保持稳定。

二、作者整体水平代降与两极分化

文学商品化推动下作者规模扩大的同时，其水平是否必然会下降呢？以明中期商人传记为依据可知，作者的整体水平因商品化确实存在一代比一代下降趋势，但也呈现出两极分化趋势，在两极分化

的过程中，出现了一批名气更大、官职更高的作者。商人传记作者的上述两种发展趋势说明文学商品化对作者的影响不全是负面的。本文主要从最能反映作者水平的知名度与官职两个方面进行探析。

(一)知名度的代降与两极分化

对商人传记作者整体知名度代降做计量分析，首先应当找出能衡量某个具体作者知名度大小的指标。在中国传统社会，是否登进士第以及传记是否入于正史，是衡量某一个人在当时的知名度最重要的参照标准。下面以各朝商人传记作者中登进士第与入于《明史》列传的人数，来论证明代中期商人传记作者从整体上呈声名代降及出现两极分化的趋势。

据表2中所列数据，可以看出，弘治年间的商人传记作者中登进士第与入于《明史》列传的比例都很高，分别达到了100%与83.3%。与弘治年间相比，正德与嘉靖年间的商传作者，无论是登进士第的比例，还是入于《明史》列传的比例，都有明显的下降。不过，在看到文学商品化拉低作者知名度的同时，我们还应该看到文学商品化使作者群体出现两极分化。

弘治年间6位作家的知名度几乎在伯仲之间，都曾登进士第，李梦阳位居前七子之首，是明代开一代风气的作家，顾璘少年时就负有才名，陆深在《明史》本传中被称为词臣之冠，汪循是新安理学名家，曾与王守仁数相辩论。即使是崔铣与殷云霄二人，也或者官居高位，或者在《明史》中有传记。正德年间，作家之间开始出现分化，到嘉靖年间，两极分化继续扩大。此时的作家与弘治年间相比，一方面既不乏王世贞、李攀龙、茅坤、李开先、唐顺之、王慎中这样的文学名流，也有吕柟、耿定向这些理学名家；另一方面受文学商品化的影响，此时的作者中出现了一批像金瑶、吴子玉、郑若庸、严果这类知名度不高的人，他们既未登进士第，在《明史》中也没有传记。

表2 各朝登进士第与入于《明史》列传商人传记作者人数统计表

朝代	总人数	登进士第作者人数	百分比(%)	传记入于《明史》的作者人数	百分比(%)
弘治	6	6	100	5(汪循1人未入)	83.3
正德	8	7(王宠1人未登进士第)	87.5	3(吕柟、毛伯温、林希元3人)	37.5
嘉靖	36	31(金瑶、严果、张凤翼、吴子玉、郑若庸5人未登进士第)	86.1	26(金瑶、薛应旗、刘凤、方弘静、严果、姜宝、张祥鸾、张凤翼、吴子玉、郑若庸10人未入)	72.2
合计	50	42	—	33	—

正德、嘉靖年间,作家之所以整体水平代降及出现两极分化,关键在于文学商品化的利益诱导了张凤翼、严果、吴子玉、郑若庸等作者参与到创作中来。这类作者存在地位不高、声名不显、以卖文为生等共同特征。张凤翼为江苏长洲人,其传在《明史》中附于皇甫湜传后。传云:“其后,里人张凤翼、燕翼、献翼并负才名,吴人语曰:‘前有四皇,后有三张。’”^[5]由此可知,张凤翼在其乡里还是有一定的名气,但他终身没登进士第,史传也未载其有为官经历。为生活所迫,张凤翼选择了卖文为生,沈瓚《近事丛残》对此有记述:

张孝廉伯起凤翼,文学品格,独迈时流,而耻以诗文字翰结交贵人。乃榜其门曰:“本宅缺乏纸笔,凡有以扇求楷书满面者,银一钱;行书八句者,三分;特撰寿诗寿文,每轴各若干。”人争求之,自庚辰至今,三十年不改。^[6]

虽然沈瓚夸赞张凤翼文学品格高迈,但他自己并不隐讳以文谋利,在门前将作品明码标价,无论怎样都无法洗清卖文的嫌疑。随着张凤翼这样名气不太高、以卖文为生的作者加入到商人传记的创作中,作者群体的整体知名度必然会被拉低。

又如严果以布衣终身,声名不振,《明史》不见其事迹,仅崇祯《吴县志》卷四十八收录有他的传记。布衣终身的严果,与张凤翼一样,选择了以卖文为生,王翟在其文集序中说:“有素封某,子甲函盛币,乞舛州碑,不可得,得先生状,乃跃然许之。”^[7]据此可知严果在传状文交易市场,已经有了一定的知名度。其文集中有为商人撰写的《少山翁隐君传》。郑若庸在上一部分已有论及。

需要特别指出的是,文学商品化虽然拉低了正德、嘉靖年间商人传记作者的整体知名度,但这个时期的商人传记作者中也不乏李开先、唐顺之、茅坤、吴国伦等文学名流,乃至王世贞、李攀龙这类执文坛之牛耳者,他们丝毫不逊色于弘治时期的著名作家。据此我们可以得出结论,文学商品化在拉低作者整体知名度的同时,并不会影响到知名作家的出现。

(二)官职的两极分化

从官职上来看,弘治年间的6位商人传记作者都是官员,而且在品阶上相差不大,品阶最高的陆深累官正三品,被召为太常卿;品阶最低的殷云霄正七品,任靖江知县。正德年间,作者的品阶悬殊有

所扩大,品阶最高的毛伯温封从一品,加太子太保;最低的王宠未入仕。到了嘉靖年间,这种悬殊进一步扩大,从一品任首辅的有徐阶、李春芳、申时行三人;最低的有未入流的吴子玉,以及没有入仕的张凤翼、郑若庸。从弘治到嘉靖年间,商人传记作者在官职上悬殊越来越大,说明了两个方面的问题。

第一,地位高的官员作者的出现,说明当时的文人已开始接受与认同为润笔费而为商人作传。一般商人传记在明代中期产生和兴起之后,逐步被士人阶层所接受,具体表现为地位很高的首辅、一品大员也开始为商人创作传记,这在此前是难以想象的。“青词宰相”严嵩为商人写过一些墓志类文章,如卷三十一的《明故封翰林院检讨郭君墓志铭》、《拙斋袁翁墓志铭》、《汪处士墓表》等。不过,就算有过“数口携家食旧贫”^[8]的经历,其文集中也未见为商人撰写的传记。

李春芳与严嵩同为“青词宰相”,比严嵩晚出生三十年,其《李文定公貽安堂集》中为商人创作了三篇传记,分别是卷三《余翁桥记》、卷十《金秋泉传》、《忍庵丁翁传》。三篇传记的传主均没有高义之行值得称颂,为一般的商人,两者对比,可知严嵩不为一般商人作传的谨慎到李春芳这里已消失。除李春芳外,申时行撰写了1篇商人传记,即《赐闲堂集》中的《封户部郎中陈公传》;徐阶也撰写了1篇商人传记,即《少湖先生别集》中的《望云记》。士人阶层中的一品大员、首辅这类精英为一般商人作传,反映了几十年之后士人的心态已经发生改变,即使是具有很高的社会地位的士人,也有一部分对为一般商人作传之事,采取了接受与认同的态度。

第二,布衣作者的出现,与商人尤其是机诈商人对传记需求的不断提高密切相关。正德、嘉靖年间商人传记商品化的深化,打破了原本供求双方之间的平衡。一方面,商人对于传记的需求猛增,一些没有义行可称的机诈商人加入到买传的行列中;另一方面,具有较高社会地位的文人,大多是正统士人与一般士人,他们“敬重高士化商人,贬斥机诈商人”,^[9]不会为了润笔费而为机诈商人作传。因此,机诈商人为了能够求得传记,就不得不退而求其次,让社会地位不高、仕途坎坷乃至生活困难的文士为他们撰写传记。前文所述张凤翼、严果、郑若庸等人没有入仕经历,以卖文为生,因而是没有义行可书的商人求传的理想人选。综观他们文集,传状墓

碑几乎都是请托应酬之文,有为毫无义行的商人作传,却没有为有高义之行的商人传记,足以证明此观点。

明代中期商人传记商品化程度的不断加深,导致了作者官职悬殊的扩大。一方面,润笔费吸引了越来越多的文人尤其是下层文人参与到商人传记创作中;另一方面,文人为商人撰写传记成为一种普遍现象之后,士人群体对于商人群体的态度也随之发生微妙变化,这表现为拥有显赫地位的士人也接受为商人创作传记。

三、结论

随着明中期文学商品化程度不断加深,商人传记的作者也发生了变化。从规模上来看,从弘治到正德,再到嘉靖年间,作者的人数呈成倍增长之势。作者人数的增长存在地域差异,受徽商传记消费影响最大的徽州地区、江浙地区,分别是当时商人传记消费的中心区与亚中心区,作者增长迅速;作为商人传记消费边缘区的其他地区,作者人数则基本没有增长。各地区作者人数增长与商人传记商品化程度之间合若符契,证明文学商品化与作者规模扩大之间存在对应关系。与文学商品化加深如影随形,作者的水平出现两极分化,具体表现为作者的整体水平代降与分化,以及官职的悬殊越来越大。通过对商人传记作者群体特征变化与文学商品化之间关系的探索可以发现,文学商品化对作者影响的规律是,文学商品化在刺激作者群体扩大的同

时,会拉低作者的整体水平,但是,当商品化的文学蔚然成风,得到社会普遍认可之后,又会吸引名气更大、官位更高的作者参与到创作中来。也就是说,文学商品化对作者群体的整体水平产生负面影响的同时,更有可能催生更多更加优秀的作家。

注 释:

- ① 笔者博士论文附录一《明中期商人传记作者小传》简述了50位作家的生平信息,附录二《明中期文集中商人传记目录》著录了160篇商人传记的篇名、出处、传主姓名、籍贯、经商地、经营行业、与作者关系等。参见张世敏《明中期文人别集中商人传记文献研究》(华中师范大学博士学位论文2013年)。

参考文献:

- [1] 周晖.二续金陵琐事[M].南京:南京出版社,2007.312.
- [2] 郑若庸.蜷蛭集(《四库全书存目丛书》本)[M].济南:齐鲁书社,1997.
- [3] 黄敦兵.贾儒之间——明清之际小说中士商互动主题研究[R].武汉:华中师范大学博士后出站报告,2013.56.
- [4] 张廷玉.明史[M].北京:中华书局,1974.5118.
- [5] 沈瓚.近事丛残[M].北京:广业书社,1928.29.
- [6] 严果.天隐子遗稿(《四库全书存目丛书》本)[M].济南:齐鲁书社,1997.1-2.
- [7] 严嵩.钤山堂集(《续修四库全书》本)[M].上海:上海古籍出版社,1995.31.
- [8] 张世敏,张三夕.明代中晚期士商关系反思[J].北方论丛,2013,(1):69-74.

(责任编辑:卢圣泉)

About the Change of Author's Characteristics under the Background of Literature Commercialization

——Take Biographer of mid-Ming Businessman as an Example

ZHANG Shi-min

(College of Literature & Journalism, Shangrao Normal University, Shangrao Jiangxi 334001,China)

Abstract: Accompany with the deepening literature commercialization from hongzhi to jiajing dynasties, the number of businessman biographer grew exponentially, the overall level of author decreased and differentiated at the same time. It shows that as the literature commercialization enlarged the scale of the author, it lower the average level of the author, however, when the commercialized literature accepted by social, it will produce more and more excellent writers.

Key words: businessman biography; the author group; literature commercialization