

您现在的位置: > 简体版 > 设计视角 > 设计论文 > 综合 > 明代商品经济对吴门画派的影响

所有文章快捷检索

明代商品经济对吴门画派的影响

高级检索 提示: 关键词间使用空格

发布时间: 2004-08-11

陆宇澄供稿

[ 未经书面授权, 严禁转载任何内容! ]

Page: 1

--陆宇澄 (苏州职业大学 艺术设计系 副教授 - 江苏 苏州 215011)

摘要: 本文从明代中叶以后苏州商品经济发展的角度出发, 说明经济的发展带动了艺术市场的繁荣, 从一个方面推动了吴门画派的发展, 并以此为切入点, 揭示了经济与艺术的关系, 说明经济是艺术发展的基础。

关键词: 明代, 商品经济, 吴门画派

元朝后期大批画家南迁, 苏州开始成为绘画的中心之地。至明代中期, 商品经济较前代更加活跃, 当统治者疲于宫廷内部斗争时, 在中国城市出现了史学家所谓“资本主义萌芽”。江南市镇经济发展, 工商业的比重逐渐增加, 当时的苏州和与之毗邻的松、嘉、湖地区是全国商品经济最发达的地区, 丝织业、棉布业、造纸业、冶铁业、珠宝业等相当兴盛, 商品琳琅满目, 商贾云集, 与全国各地乃至海外都有商业往来, 苏州已成为全国举足轻重的经济重镇和东南一大都会[1]。

商品经济的发展使得苏州的市民阶层和有钱有闲阶层剧增, 他们挣了钱要消费、要休闲, 于是有一帮文化人在唐宋传奇的基础上、在话本的基础上, 开始大量写作小说和剧本, 既反映社会现实, 亦满足市民阶层和有钱户的“业余”消遣之需。但这还不够, 小说的阅读是个人行为, 观赏戏剧是看表演, 还不能实现个人的身价和品位, 于是他们需要大批的绘画装点门面, 需要大批的画家从事绘画工作, 这是吴门画派大盛的经济原因。吴门画派自沈周发迹, 至文征明大振, 继明前期宫廷院画和浙派的兴盛之后, 一跃而成为画坛的盟主。吴门画派最鼎盛的时期在明成化至嘉靖这近百年间, 但其影响极为深远。

这时期, 社会的意识发生了悄然的变化, 商人的形象有了不小的改观, 尤其在“高雅”的士大夫中间。儒生、官员不惜易儒弃官经商的例子俯拾皆是。出现了文人、仕官商人化, 商人文人化的社会现象。经济和文化的繁荣也带来了绘画艺术的繁荣, 文人画家公开列润格, 出卖自己的诗文字画。明“四大家”(即“吴门四家”)沈周、文征明、唐寅、仇英以及其他文人画家概莫能外[2]。沈周因家训未仕, 唐寅是仕途失意, 仇英终生为画工, 只有文征明在五十四岁时被授予“翰林院待诏”之职, 但四年后稍不如意即辞官退隐。他们为了生计, 也需要卖画。“吴门四家”之首沈周曾遇“贩夫牧竖”来索, 也“不见难色”, 刘邦彦戏曰:“送纸敲门索画频, 僧楼无处避红尘。东旧要了南游债, 须化金仙百亿身。”有时沈周就叫他的众弟子代笔, 所以, 有人伪造他的画, 他也不计较[2]。据史料记载, 仇英当时卖画价位在“五十金”到“百金”之间, 而出身于商贾之家, 号称“江南第一风流才子”的唐寅也是“闲来写幅丹青卖”。文征明直接参与书画经济的消息, 在《文征明集》许多小简中明显地传递出来, 他给学生朱郎的书简写道:“扇骨八把, 每把装面银三分, 共该二钱四分。又空面十个, 烦装骨, 该银四分, 共奉银三钱, 烦就与干当干当。征明奉白子郎足下” [3]。在凌濛初著的《二拍》中也有此类描写, 苏州人文实听说北扇扇子好卖, “他便合了一个伙计, 置办起扇子来。上等金面精巧的, 先将礼物求了名人字画, 免不得是沈石田、文衡山、祝枝山, 画了几笔, 便直上数两银子。中等的, 自有一样乔人, 一只手学写了这几家字画, 也就哄得人过, 将假当真的买了。他自家, 也兀自做得来的。下等的, 无金无字画, 将就卖几十钱, 也有对合利钱, 是看得见的。拣个日子, 装了箱儿, 到了北京” [4]。由此可见, 一个能提供不同层次需求的书画艺术市场在明代的苏州已十分繁荣了。

其实, 不仅绘画作为商品, 沈周、文征明等人直至陈继儒、董其昌等大文人, 为人写序、写祭文、写祝寿词、写墓志铭之类的文章, 也是为了卖钱。为了迎合一些人的趣味, 仇英甚至还画过春官图。在吴门四家中, 特别是在唐寅和仇英身上, 出现了文人画家职业化和职业画家文人化的特点。艺术家身上有了商人味, 对待世事和处理问题也都不乏商人气, 文化艺术与商品经济在此处得以互动和整合。到了吴派后期, 正如明范允临《输蓼馆集》所说:“今吴人目不识乔人, 不见一古人真迹, 而辄师心自创, 惟涂抹一山一水, 一草一木, 即愚之市中, 以易斗米, 画那得佳耶?” 清人方吉偶题杜琼《山水》卷又有云:“有明一代, 高手出吴门, 末流亦在吴门。”讲得颇符合实际 [2]。明代画家本身也更加市民化了, 他们作画虽有高情雅致, 但更主要的是为了卖钱。某些画家已是制作商、艺术家和商人身兼几任了。但明画家并非完全市民化, 例如沈周对穷人十分关心, 虽然卖画得很多钱, 却家无余财[2]。文征明的画“生平三不答应, 宗藩、中贵、外国也” [2], 一脉相承地继承着我国历代正直文人的清高和怜悯之心。

商人社会地位的提高, 是商业经济发展的结果, 同时也促进了商业经济的繁荣。大批文人、仕官投入商业界, 改变了商人队伍的素质, 加强了商业经济的力量, 扩大了商品发展的范畴。经济的繁荣使吴门出现了不少豪富之家, 而商人文化素养的提高, 使他们愿意花费大量的金钱在文化事业上, 这是促进文化发展的经济基础。苏州的富商富甲天下, 仅丝绸商的财产就以千万计、数百万计, 其巨富和惊人的消耗, 各种文献不乏记载。明人张瀚曾说:“东南之利莫大于罗绮绢丝, 而三吴为最” [2]。明中后期商业气氛浓厚, 江浙收藏家中多有沾染商业者, 至后期, 豪富巨商介入文化市场更是普遍。由于手工作坊的兴起, 商品生产进入市场, 绘画作品也被作为商品交易。明万历前后, 各地设作坊, 主要是在苏州, 专门摹制古画, 以民间画师为主, 主要绘制乔迁、祝寿一类的主题画, 供应各方的求索[5]。大批画师伪造沈周、文征明等人的画, 沈、文等人也不斤斤计较打“侵权官司”, 甚至自己开清单叫他人代画。当然, 这些画皆是为了出售, 不但供应本地市场, 还通过以徽商为主的商人远销各地。徽商盲目购买, 吴人跟着起哄, 使当时的收藏之风陡变, 画价高涨。明王世贞说:“画当重本, 而三十年忽重元人, 乃至倪瓒以逮沈周, 价骤增十倍。……大致吴人滥觞而徽人导之, 俱可怪也。” [3]这都是苏州当时经济繁荣的结果, 市场的大量需求, 是吴门画家增多的主要原因, 是吴门画派形成、发展的重要基础。

商人信奉“朝里有人好发财”, 为了保住和扩大经商的利益, 通过捐输、接驾等获得某种特殊地位来寻求官府的庇护, 甚至有的商人兼做商官, 或叫子孙做官; 而官僚权贵们也绝非廉洁等闲之辈, 他们从中获益得利, 珍宝古玩、名人字画就兼做了“高雅”的使者。

明代官僚不乏巧取豪夺、贪婪暴敛之徒。奸相严嵩“初仕而贫”, 然而在身居高位的二三十年间, 便一跃而富甲全国。严嵩被抄家后, 奇珍异宝不计其数, 历代名家书画共约有3558件。仅吴门名家的字画就有40余幅, 计有沈周《万松图》、《吴中佳胜十景》、《溪山雪霁图》等15幅; 文征明《赤壁前后赋》、《水墨云山图》等画8幅, 《千字文》、《离骚九歌》等书法8幅; 仇英《汉宫春晓图》等2幅; 唐寅《兰亭图》1幅; 祝允明《秋兴八首》、《文赋》等书法4幅等[6]。宦官在明代也是有权有势的人物, 经常受朝廷的委派到地方来办事, 贪婪之心比官僚有过之而无不及。宦官干预经济领域, 始于洪武年间, 兴于正统以后, 特别是对江南地区的敲诈勒索, 无孔不入。成化年间太监王敬和奸徒王臣勾结, “采药江南, 横索货宝, ……吴越大被其害” [7]。万历时期, 不仅在南京、苏州、杭州都有宦官督造, 而且人数大增, 以苏州织造局为例, 永乐至天启年间, 就有阮礼、刘景、罗玉等近30人[7]。这么多的名家墨迹通入豪门, 既有权贵的勒索, 也不乏阿谀奉承之徒花重金购买后作为人情。这在客观上也刺激了绘画艺术市场的繁荣。

另一方面，明代大量出现收藏家，他们不但藏书，还收藏字画，这也促进了绘画市场的繁荣。江浙地区的书画家和收藏家的地域分布呈现出相当一致的现象，徐沁《明画录》收录画家约800人，江苏约占370人，其中苏州约有150人，南京约有70人，松江约有50人，常熟、太仓约各有30人[8]。明代苏州收藏家最多，画家也最多。收藏家与书画家结缘，不但能以出售自己的作品养藏，用售画的收入来丰富自己的藏品，还因为书画家有着较丰富的书画鉴别能力，往往能成为收藏家中富有识见、藏品卓著者。仅据张应文《清秘藏》、孙从添《藏书纪要》、姜绍书《韵石斋笔谈》这三份明代收藏家名录所统计，除去重复者，共有107人，吴门一带就有52人，其中苏州46人、常熟13人、太仓6人、昆山1人、吴江1人。而江浙一带共有87人，占了总人数的绝大部分。这些收藏家中有功名者有王鏊、董其昌、王世贞、文震孟、吴宽、陈鉴、陆完等大官僚。自身为书画家的也占了绝大多数，如董其昌、沈周、文征明父子、祝允明、唐寅、徐有贞等人[8]。不少人是一身几任。经济的繁荣是促进艺术收藏的基础。苏州一带的收藏家最为集中，互相间有着许多师徒、世谊、姻娅、眷属等密切关系，形成了明代最大的地域性收藏家群体。象文征明的文氏家族这样的收藏世家在当时也有不少，成为苏南、浙江地区突出的人文景观[8]。

中国文人士大夫隐逸文化的影响之一，就是私家园林的大兴，所谓“大隐隐于市”也。明代文人与魏晋文人的隐逸，其心态、情绪是极不相同的。他们在精神上追求宁静恬淡、闲云野鹤般的闲适自由，在生活上则体现着世俗的欲望、世俗的幸福、世俗的欢乐，拥着偌大的园子，焚香茗茶，品诗论画，充满着精致高雅的艺术情调和物质享受，折射出明代都市经济的发达，商业的繁荣对文人产生的影响[3]。明中叶以后，已有“江南园林甲天下”之说。不少商贾、富豪、文人士大夫以及一般的文人居士，皆热衷于园林的构筑，过大隐隐于市的日子。苏州园林外观极其朴素，但高墙之内布置极为考究，于随意中见精巧，显示出一种恬淡雅致。园的主人大都是退隐的官宦或豪富，有了这么好的园林，当然少不了名家书画的装点，且一年四季都要更换。明代的巨幅字画为前几代所罕见，例如，现藏于上海博物馆的祝允明《草书七律诗》纵363.5厘米、横111.2厘米；《草书杜诗》纵363.9厘米、横111.1厘米；陈淳（字道复）《草书王维诗》纵351.1厘米、横98.5厘米；藏于常州博物馆的文征明《行书七言诗》纵348厘米、横91厘米。这些为布置厅堂的大幅字画一下子多了起来，使得“送现银则心中喜乐”的书画家们忙了许多。文征明就为御史王献臣规模其园，还绘有《拙政园卅一景》，著《王氏拙政园记》等[3]。

以上因素都在相当程度上促进了绘画艺术市场的繁荣。从某种意义上来说，正是这些巨商，养活了吴门四家和其他大大小小的文人画家，就好象扬州的盐商养活了扬州八怪等一大批画家一样。苏州的商人需要这么多的画家，对画家需求更多的，乃是因丝织业为基础的苏州繁荣市场。商人们需要画家为他们装点门面，落得个斯文好士之名，正因如此，有了经济基础和文化素养，苏州各阶层的有钱人愿意花费金钱在文化事业和艺术收藏上，从官方到民间形成爱好和欣赏书画艺术的时尚，并借此装点门庭或永久收藏，从而形成了大量需求书画艺术的市场，毫无疑问，经济是艺术市场繁荣的基础，如果没有雄厚的经济实力，任何个人或团体绝无能力重金收藏众多的艺术品。这些皆是吴门画坛兴盛的原因，也是“明四家”皆出自吴门的原因。但是，物极必反，至“吴派”后期，宗派之间互相攻击，为争夺卖画市场褒己贬人，加之大量仿制的拙劣的“商品画”的泛滥，导致了艺术风格自身的没落，陷入固步自封的泥潭而走向一蹶不振的命运。吴门画派的兴衰，不但揭示了经济发展与文化艺术的关系，留下了诸多文坛佳话，而且对于我们今天的文艺发展也不无启迪。

#### 参考文献：

- [1]洪焕椿. 明清苏州地区资本主义萌芽初步考察. 见南京大学历史系明清史教研室编. 明清资本主义萌芽研究论文集. 上海：上海人民出版社. 1981. 400.
- [2]陈传席. 中国山水画史. 南京：江苏美术出版社. 1988. 585, 611, 586, 597, 602.
- [3]张继馨, 戴云良. 吴门画派的绘画艺术. 北京：北京燕山出版社. 2000. 52, 199, 47, 65.
- [4]（明）凌濛初. 初刻拍案惊奇. 北京：中国文史出版社. 2001. 4.
- [5]陈传席. 论扬州盐商和扬州画派及其他. 见李伟铭, 李公明, 王跃生编. 中国美术研究. 北京：人民美术出版社. 1994. 343-346, 354.
- [6]张显清. 严嵩传. 合肥：黄山书社. 1992. 380, 390.
- [7]王春瑜. 明清史散论. 上海：东方出版中心. 1996. 31, 35.
- [8]沈振辉. 明代私人收藏家百例辨析. 东南文化. 1999, (2). 103-112.

#### The Influence of Commercial Economy in Ming Dynasty on Wumen School of Traditional Chinese Painting Lu Yucheng

(Suzhou Vocational College Suzhou 215011)

Abstract: Approaching the development of economy in Su Zhou city since the middle of Ming Dynasty , this paper aims to explore the relation between the development of economy and the development of art and to illustrate that economy holds the basis of the development of art by demonstrating the fact that the development of economy contributes much to the flourishing of the market of art including the development of Wumen Men traditional Chinese painting .

Key Words: Ming dynasty commercial economy Wumen school of Chinese painting

#### 相关链接

» None

Page: 1

责任编辑: dolcn

设计在线链接代码

@esignonline



@esignonline  
http://www.DOLCN.com

正式启用CNNIC官方中文域名  
设计在线.CN; 設計在線.CN; 设计在线.中国

© 1997-2005 DesignOnline

关于我们 | 豁免条例 | 广告赞助 | 网站地图 | 活动支持 | 友好同盟 | 返回首页