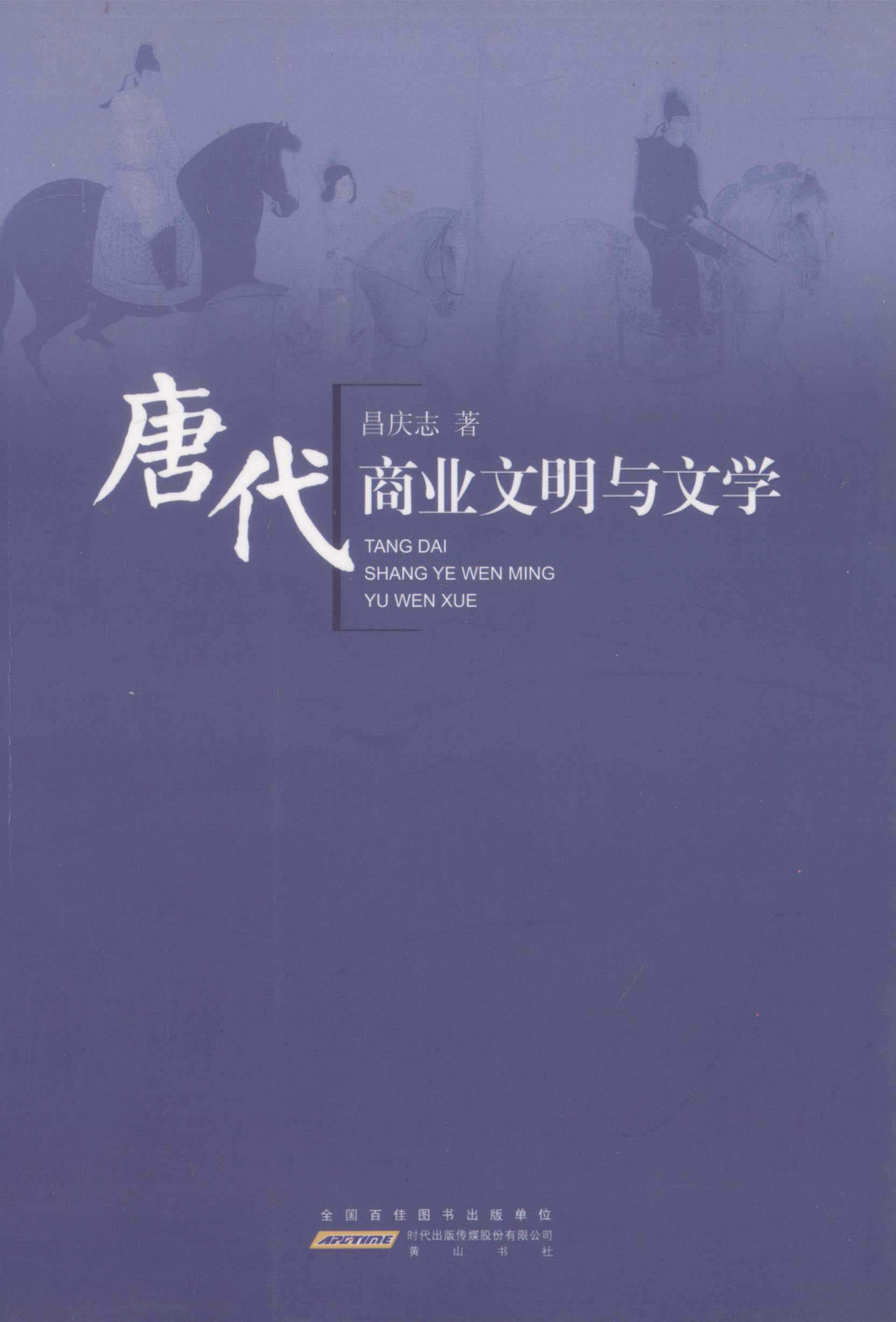




# 唐代

## 商业文明与文学

昌庆志 著

TANG DAI  
SHANG YE WEN MING  
YU WEN XUE

全国百佳图书出版单位

APERTURE

时代出版传媒股份有限公司

黄山书社



# 唐代

昌庆志 著

## 商业文明与文学

TANG DAI  
SHANG YE WEN MING  
YU WEN XUE

黄山书社

**图书在版编目(CIP)数据**

唐代商业文明与文学 / 昌庆志著. —合肥: 黄山书社, 2010. 7

ISBN 978 - 7 - 5461 - 1478 - 1

I. ①唐… II. ①昌… III. ①商业史 - 关系 - 文学史 - 研究 - 中国 - 唐代 IV. ①F729 ②I209.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 141943 号

唐代商业文明与文学

昌庆志 著

出版人: 左克诚

责任编辑: 汤吟菲 徐佩兰

责任印刷: 戚 帅

装帧设计: 尹 晨

出版发行: 时代出版传媒股份有限公司 (<http://www.press-mart.com>)

黄山书社 (<http://www.hsbook.cn/index.asp>)

(合肥市翡翠路 1118 号出版传媒广场 7 层 邮编: 230071)

经 销: 新华书店

营销部电话: 0551 - 3533762

印 制: 合肥华星印务有限责任公司

电 话: 0551 - 3983516

开本: 880 × 1230 1/32

印张: 13.875

字数: 320 千

版次: 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5461 - 1478 - 1

定价: 40.00 元

**版权所有 侵权必究**

(本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换)

## 序

我国是传统的农业国，早在《尚书·盘庚上》已有“若农服田力穡，乃亦有秋”之说，世世代代在土中刨食的先人深知“民以食为天”之理，衣食是生存的保证，在生产力与科技水平甚为低下的时代，“一夫不耕，或受之饥；一女不织，或受之寒”（《汉书·食货志上》引古语）确实是很朴素的真理。但是，即便在长期的自然经济体系之中，古人也懂得商品交换的重要，故而“日中为市，致天下之民，聚天下之货”（《周易·系辞下》）。先秦时代，商人虽居于“士”与“农”、“工”之后，但毕竟是社会分工中最基本的“四民”之一，由此亦可折见商业的重要。然而，商业自身的发展使社会也得到发展的同时，经营主体的商人，既增进了自己的商业智慧，也发展了趋利之心，以至于“利之所在，虽千仞之山，无所不上；深源之下，无所不入焉”（《管子·禁藏》）。司马迁更有“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往”（《史记·货殖列传》）的概括。

关心物质利益，由温饱而进一步追求享受，谋取个人财富，本来就是人类的天性，而商人的追求利润和财富，也应是社会发展的动力。但政治家从另一面看到了商业与商人之逐利，对农业和农民不免有害，他们多倡重农抑商，以为是固本强国之见。综观我国历史，在长期的本末之争中，强本抑末之论绝对是处于

主导地位的。思想家又如何呢？作为先秦时代的显学，无论是儒家还是墨家，都以原始的人道精神为基础，主张节用爱民，也都具有重德轻利的倾向。司马迁的时代，适值汉武帝“罢黜百家，独尊儒学”，统治者向人民标榜“正其谊，不谋其利；明其道，不计其功”（《汉书·董仲舒天人三策》），因而司马迁的重视经济，为商人立传，被正统的史学家说成是“述货殖，则崇势利而羞贫贱”（《汉书·司马迁传》）。在长期的儒家思想影响下，“不患寡而患不均”自是人之所向往，而“均贫富”也成为一种社会理想，是最能为人所接受的农民革命口号。

诚然，“民寡则用易足，土广则物易生”（汉荀悦《申鉴·时事》），但是，真正的思想家还是懂得“农不出则乏其食，工不出则乏其事，商不出则三宝绝”（《史记·货殖列传》引《周书》）。试看我国历史上最强盛的朝代，哪个不是商业发达的时代？汉代的张骞通西域，既打开了中国人的眼界，改变了地理观念，还促成了中外物资的大交流，开辟出著名的丝绸之路；鲁迅所说的“唐室大有胡气”，既是出于统治者的族源，更是因西域物质文明的涌入，而这新一轮的中外物资大交流，很是得益于众多的胡商；宋代虽无汉唐的疆域与国力，继迫于西夏、辽、金，终灭于元，但无论是国内商业的兴盛，还是海上丝绸之路的开通，都是前代所难以相比的；至于明成祖时期的郑和下西洋，“扬威海外”与商业贸易，都凭藉大规模的船队，而“宝船”之名，就足见其物资交流的性质；明末清初的经世实用思潮之起，与西方传教士带来的物质文明有关，而“海禁”之开，也使得历来鄙视“外夷”的观念发生了转变，国门被坚船利炮打破后，国人更懂得了现代商业贸易的重要，由物质而制度、精神，终于努力走出中世纪，发生了巨大的社会变化与转型。至于 30 多年来的改革开放，中国终于

在走出了“文革”的梦魇后,从国民经济濒临崩溃到如今的经济总量进入全球“三甲”,第三产业的发展,对外贸易规模的大幅提升,自是功不可没,商业的重要性已成为国人的共识。

或许出于我国政教型文化的原因,古人所重在政治、伦理,而长期实行的科举制度则又使士人以仕途经济为人生的最大追求,在古人的语境中,“经济”自有其特殊含义,与现代所说的经济完全是两回事。古人对事关民生的经济重视不足,对非生产性的商业经济更是轻视,影响至近代以来的中国古代文学研究,表现为很少有学者将商业文明的演进与文学的发展联系起来。真正开始深入探讨中国古代商业文明与文学之间关系,只是近十几年才有的事,而出现相关专著,更只是近几年的事了。

昌庆志君曾在安徽从事中学教学,后考入暨南大学中文系,从张海沙教授攻读硕士学位,毕业后到广东商学院工作,2004年又成为暨南大学首届古代文学博士生,在我的名下学习。本世纪初,因广东商学院中文系的教学需要,要建设有特色的中文课程,庆志结合在硕士阶段学习期间的研究兴趣,开始着手研究唐代商业文明与文学的关系。经过近十年来的不断思考,庆志将研究心得撰写成课程讲义,并发表了若干篇论文,在此基础上完成了《唐代商业文明与文学》一书。这一成果,将近年来其他学者立足于唐诗或宋词与商业关系的研究,又向前推进了一步,读之令人欣喜。

从总体上来看,前人或从文学反映的角度研究商业文明,或研究商业文明对某些文学的影响,极少有人从反向论述文学对商业文明的影响。庆志研究唐代商业文明与文学的关系,除了将前人研究的路径加以开拓并见深入以外,更提出并论证了唐代文学商业化的问题,这是本书中最大的亮点。先秦建立的中

国文学非商业化创作传统,决定了中国古代文学与西方文学的根本区别。庆志通过对唐代文学商业化问题的研究,既揭示了中国古代与西方在文学观念上产生差异的根源,剖析了中国古代文学所独具的形态,又揭示了商业文明的发展对唐代俗文学勃兴与文人文学通俗化的推动作用,从经济视角重新审视了中国古代文学的发展。可以认为,这一研究为描述中国文学发展史提供了一个切实的新模型。

为了全方位地研究商业文明与文学之间的关系,本书作者首先在第一章中对唐前商业文明与文学关系作了描述与分析,并将唐代以前商业文明与文学的关系,分阶段总结为几种类型,初步确立了研究的理论基础。重视理论建构,可以说是此书的特色之一。作者不仅详细地划分了唐代商业文明与文学关系的多重层次,还提出了不少新的概念,并对一些旧概念及新旧概念之间的关系进行了必要的辨析,如提出士商、文学作品的商业化运作、文学创作的商业化与文学的商业化创作等概念;对一些旧有的概念,如坊市制度,进行了辨析;提出唐代文人曲子词概念,并与文人词概念进行比较。新概念的提出,本身就体现了对商业文明与文学关系探讨的空前深入;而对旧概念或新旧概念关系的辨析,有的具有明显的史学价值,有的则对某一文体理论具有一定的建设意义。

在全书布局中,作者特别讲究逻辑结构的严密性。书中第二章分别从纵向、横向与深度三个方向来讨论唐代商业文明的概貌及其文学反映;第三章兼顾不同文体、不同历史时期以及商业文明的不同方面,着重探讨唐代文学对商业文明的表现,与第二章着重探讨唐代文学对商业文明的再现问题相配合,共同完成了探讨商业文明与文学互动关系中文学居主导地位的问题;

第四章将文人文学商业化与俗文学商业化的问题分开讨论,并将整体讨论与代表性作家的讨论结合起来,完成了探讨商业文明与文学互动关系中商业文明居主导地位的问题;第五、第六两章,从不同方向分别讨论了唐代商业文明与文学之间的单向影响关系。

难能可贵的是,作者具体地论证了唐代商业文明是唐代文人文学发展的动力,也是各种新体式俗文学发生的动力,打破了长期以来人们主要从政治与文学传统视角研究文学发展的僵局;同时,作者也具体地论证了唐代文学反作用于商业文明,既揭示了唐代商业文明存在与发展的形态,也阐发了中国古代文学具有多重社会功能的特质。

为了论证充分,作者不仅搜罗了大量的文本材料,还充分运用了传世的实物材料和地下发掘材料。而大量新鲜的材料与以实证为主的方法相配合,不仅论证扎实,也决定了他的研究处于前沿状态。作者始终将唐代商业文明与文学的关系,看作整个中国古代商业文明与文学关系的枢纽,其研究视线纵历先秦至清末,甚至有时延伸到当代。如说到唐代文学商业化的经验为后世文学作者所借鉴,作者甚至联系到了当代影视剧、小品甚至网络文学的商业化。

另外,在对文本的细读与对前人研究成果的辨别上,作者十分细心与诚恳,既肯定前人的成就,也能适当指出不足。如讨论汉乐府民歌中的商人形象问题时,作者否定了《孤儿行》中的孤儿为商人身份的看法,认为孤儿只是农闲时才被迫行商,其身份仍是农民,就是细读文本而不因循陈说的显例。

在商言商,自是昌庆志君教学与科研的“本位”需要,却非止于此,在这一跨领域的研究中,又给古代文学研究者一个启

示:多少年来所倡导的学科交叉,是应该体现在具体的研究中的。《唐代商业文明与文学》就是一个很好的例子。我相信,不仅因其论述的周详、生动,更因其新颖的研究角度和方法,此书梓行后,一定会不胫而走。

邓乔彬

2010年3月16日于广州

# 引 言

## 一

就文学与商业文明之间的关系而言,直接关乎经济基础的商业文明,无疑会对文学创作具有基础性的影响;而文学所反映的领域,也不可能绝对排斥商业文明;甚至,文学创作本身也可能商业化,成为商业文明的一个组成部分。但是,中国古代的主流文化形态,深深地制约了商业文明的发展,同时也制约了文学的发展。不仅文学创作的商业化与文学的商业化创作,经历了一个十分曲折的过程,即使是文学对商业文明的反映,也深深地打上了主流文化形态的烙印。这一点,与西方文学的历史命运,截然有别。

西方人称述自己的文化,总以古希腊文化为源头。而古希腊国家形态,为诸城邦小国之联盟。各城邦小国自身的资源有限,互通有无显得十分重要,所以古希腊以商业文明著称,它的文化活动一直有赖于市场。而市场因应于商品或劳务交换,具有很强的世俗性、平等性与流动性。与之相适应的,古希腊的主流文化形态也具备了这些特点。比如,古希腊的建筑、雕塑乃至神话系统等,无不以世俗的人的欲望为出发点,展示的是人的力

量、智慧与美,崇尚的是个性与自由。古希腊的民主政体,同样是市场主体平等关系在政治上的反映。至于文学,也不例外。无论是“荷马史诗”,还是古希腊悲剧、喜剧,都遵循着市场交换规则:或以行吟方式,流动地聚集各地听众,直接收费来满足作家的经济诉求;或以剧场专业演员演出方式,固定地向本地观众收费,间接地满足作家的经济诉求。因此,我们可笼统地将古希腊主流文化形态,归结为商业文化形态。

西方人崇尚古希腊文化,其文学在传播形式、创作主体、创作内容诸方面,也都受到市场的制约,体现着商业文化精神。作家以自由的身份与平等的态度,向受众提供文学产品服务,传达的是广大受众所关心的生活、思想与感情,借此谋取赖以生存的商业利益。同时,文学的商业利益,使得西方作家在经济上能够自由独立,从而形成人格精神之自由独立。西方文学创作,也就不受政治的羁绊,完全实现了职业化。这种文学的职业化与商业化共生共存的状态,决定了西方文学重商的品格。或者说,追求商业利益与弘扬商业精神,乃是西方文学创作的第一推动力。

中国人称述自己的文化,虽道及黄帝、尧、舜、禹、汤,但通常以具有定型意义的西周文化为源头。周公制礼作乐,以宗法思想与封建制,确立了层层制约的官本位文化与农本文化。一方面,经过儒家的弘扬,官本位文化得以纵贯悠久的历史,自周代直至清末一直占据主流文化地位。孔子“学而优则仕”及“待善价而沽”之类言论,使中国文人理直气壮地把“以文沽官”当作正道。相应的,醉心于仕途的中国文人的文学创作,也自然成为官本位文化的座上宾与阶下囚。另一方面,崇尚法家思想奖励耕战的秦国,终于吞并六国,建立了新的大一统的郡县制帝国,工商业既被视为末业,工商之人也被视为贱民,这种

轻商重农的农本文化,也深深地打入了此后中国人的社会意识之中。两大主流文化作用于文学创作领域,导致中国古代文学创作长期表现为非市场化,无论文人作家还是普通民众,其创作皆与商业化、职业化无缘。

直到南朝时期,从事商业服务的歌妓有所创作,她们的创作,部分地实现了商业化。但在整个文学创作中,南朝歌妓文学的商业化创作,显得微不足道。时至大唐,科举制度的实施与改进,不仅导致了整个社会向平民化方向发展,也带来了民众文化教育水平普遍提高。在民间文学创作中,终于涌现出了一批职业化的艺人,他们的文学创作有了商业化、职业化两重特征。与此同时,文人作家内部也发生了分化,其中一些文人的部分创作,也有了商业化特征。特别是安史之乱与气候变迁,使得中唐后经济重心南移,商业受到位于西北的朝廷的重视,商业文明也发生了质的飞跃。文人文学创作在部分商业化的同时,也更多更客观地反映商业文明了。中国古代文学发展,从此出现了重大的分歧。至南宋出现江湖诗派,文人作家中终于有了商业化、职业化的创作阵营。至元代,因科举制度的一时废止,元曲创作几乎全为商业化、职业化的文人所为了,一度掀起中国古代文学商业化创作的高潮。明清的戏曲与小说创作,在宋元白话小说与戏曲商业化创作的基础上,继续扩大商业化创作的规模,民间艺人与文人作家在商业化创作领域中终于合流,与传统文人作家表现自我、关心政治的诗文创作,形成鲜明的对照,中国古代文学创作二水分流的奇异景观完全显露,展现出了中国文化丰富弘大的魅力。

然而,中国古代文学创作在很长的时间内与商业化、职业化无缘,基本上出于仕途文人或民间作者的业余爱好。仕途文人

与民间作者一般关心国家或自身命运,纯粹因“感于物”而“发于言”,以文学的方式抒情言志,最次等的也是自娱娱人,无需媚俗以获取商业利益。这种摆脱直接物质利益的文学创作,决定了中国古代文学在体式与艺术手段上得以充分发展,具有极高上的艺术追求。即使中唐以后商业化、职业化的民间文学大量涌现,形成新的文学创作潮流,文人作家们也积极干预,在新体式的民间文学中注入传统文学的艺术营养,使得适合平民欣赏的说唱文学艺术水平大大提高,在文体形式上也更为博大灵活。因此,即使是商业化、职业化创作的中国古代小说、戏曲,也与西方文学所擅长的小说、戏剧有很大的差异。众所周知,中国古代说唱文学最为普及的是戏曲,我们用“戏曲”一词来区别于西方的戏剧,原因就在于中国戏曲不仅重视叙事,也重视抒情。同样的,中国古代小说,也不像西方小说一味地叙事。中国古代较长篇幅的小说中,往往都在叙事框架下容纳多种文体,让读者(听众)在了解故事情节的同时,还能产生诗意兴味,比起西方小说来,有着更丰富多彩的意趣。

另外,由于中国古代文人作家直接与政治相关,中国古代文学具有极强的政治文化功能,对于作为经济基础形态之一的商业文明有着极强的反作用。中国古代文学评论界从来都不认为文学的功能仅限于审美,而十分强调文学的社会伦理与政治教化功能。事实上,中国古代文学也确实比西方文学有着更多的文化与经济功能。仅就文学对商业的作用而言,高官作家们的政论文,对于商业管理政策的制定,就具有极明显的决定意义;一般文人作家的诗文,对于从事商业服务的歌妓及部分商人的经营,也产生过相当大的影响;甚至文学的发展也带动了某些新型文化商品的出现,对文化商品市场的繁荣起着重要的作用。

既然如此,我们研究中国古代文学与商业文明的关系,不仅对于清晰地了解中国文学发展的脉络,有着重要的帮助;对于清晰地辨别中西文学的特质,也有着重要的帮助。

中国古代文学与商业文明的关系是丰富复杂的,是随着历史的发展而发展的。但是,唐代是中国古代文学与商业文明关系发生巨变的关节点。作为统一稳定的大帝国的唐朝,社会经济文化空前繁荣,国内商业文明与外来商业文明交互辉映,不仅唐代文学开始大量反映商业文明,唐代文人创作商业化的范围与方式不断扩大,民间更开启了商业化、职业化文学创作的先河,中国古代文学与商业文明之间的复杂关系至此基本定型。因此,我们若以唐代商业文明与文学的关系作为研究的基本对象,就能扼要又具体地把握住整个中国古代文学与商业文明关系的特质,为中国古代文学研究建立一个很精致的模型。

## 二

早在上世纪 20 至 50 年代,向达先生的《唐代长安与西域文明》、陈寅恪先生的《元白诗笺证稿》以及日本学者加藤繁的《唐宋时代金银之研究》等著作,或以文证史,或以史证文,都对唐代商业文明与文学的关系有所论及。上世纪 60 年代,美国汉学家谢弗的《唐代的外来文明》一书,也有部分章节提到了唐代文学与商业文明的关系。

上世纪 90 年代,中国大陆兴起了从文化视角研究文学的风气,更出现了一批以商业文化为背景来研究唐代文学的单篇论文,如赵振祥先生的《论唐代商业经济对文学的影响》,郭自虎先生的《论商品经济对唐五代词的影响》,赵维江先生的《为商

贾立传——读温庭筠的传奇小说《窈窕》》等。这些论文开辟了专门论述唐代商业文明与文学关系之先河。

本世纪初以来,以文学研究为立足点,湖南商学院的潘沅汶教授等人提出了“商业文学”概念,该校的周柳燕女士等又于2004年合编了《中国商业文学发展概论》一书。2005年,邱绍维先生的《中国商贾小说史》的出版,为“商业文学”概念的认可提供了直接支持。这些著作,和邵毅平先生的专著《中国文学中的商人世界》一起,将上世纪90年代的相关研究,纳入整个中国文学史的视野,在研究的对象上也更为具体,不乏量的拓展,视界也更为清晰。

2002年,程国赋先生的《唐五代小说的文化阐释》一书出版,较早正面涉及唐五代小说与商业文明的关系,对从事唐代商业文明与某一样式文学的关系研究有所启示。2004年,王晓骊博士的《唐宋词与商业文化关系研究》出版,该书第一次以中国商业文明与某一样式文学的关系为研究主题,其研究的路径与方向都具有创新价值。2007年出版的姜革文博士的《商人·商业·唐诗》,着重论述了唐诗对商业文明的反映,并试图揭示唐诗对商业文明的影响,探索精神十分可嘉。这些专著的出版,为全面研究唐代商业文明与文学的关系,起到了不可忽视的推动作用。

本人近十年来,一直注意探究唐代商业文明与文学关系,并将二者关系当作一个课题来做。除了世纪之交曾向程国赋先生请教外,还陆续发表了若干篇论文,初步揭示了唐代商业文明与文学的多重关系,并特别注意从作家研究出发,为更具体地研究这一课题尽一点绵薄之力。

## 三

对于中国古代文学与商业文明的关系,本人认为有单向影响与双向互动之分。所谓单向影响,包括商业文明对文学的单向影响、文学对商业文明的单向影响两个方面。所谓双向互动,包括文学对商业文明的反映与文学商业化两个方面多个层次。文学对商业文明的反映,可分为文学再现商业文明与文学表现商业文明两个方面;文学商业化,可分为文学作品的商业化运作、文人文学创作的商业化与俗文学的商业化创作三个方面。文人文学创作的商业化,还可分为被动的文学创作商业化与主动的文学创作商业化两个方面。被动的文学创作商业化,也还可再分为作文受赏与文学作品被求购两个方面。在单向影响中,商业文明与文学各自独立;在双向互动中,商业文明与文学则是融为一体的关系。

为了体现上述认识,务求对唐代商业文明与文学的关系进行全面深入的探讨,本书分六章展开论述:

第一章,总述唐前商业文明与文学的关系,初步揭示唐前商业文明与文学之间多层面的关系,为唐代商业文明与文学的关系研究,提供历史背景与理论基础。

第二章,简述唐代商业文明的历史,并以文证史(即以文学再现的商业文明佐证史料所述),通过多层次横向、纵向与深度的描述,务求为读者提供较全面的视野,方便读者准确地把握唐代商业文明的概况,领会文学再现商业文明的现实性与丰富性。

第三章,分析唐代文学反映商业文明的特征,具体阐述唐人的商业观念、淑世情怀、文学传统与学术态度等主客观因素,对

文学反映商业文明所产生的变异性的影响,即重在讨论唐代文学表现商业文明的问题。

第四章,综论唐代商业文明与文学商业化问题。立足于文人文学商业化与俗文学商业化两个方面,将作家群体与个体结合起来分析,采取多向交叉的办法,论述唐代文学商业化运作、唐代文人文学创作商业化与唐代俗文学商业化创作等问题。

第五章,具体论述唐代商业文明对作家阵营、作家创作条件与动力、文学题材内容与文学艺术形式的影响,揭示唐代商业文明对文学发展所起的重要作用。

第六章,具体论述唐代文学对商业管理、商业经营与文化商品市场的影响,揭示唐代文学对商业文明的内容与形式发展所起的重要作用,阐发中国古代文学具有多重社会功能的特质。