



文名與作品

力 民

文名之於作品，好比牌號之於商品。牌子老的商品，在競爭的商場上佔了先聲奪人的優勢，消費者已經對其懷有三分好感，於是使用起來多半覺得「果然名不虛傳」。同理，大牌作家憑其赫赫文名，已經使一般讀者凜然生敬；讀者面對他的作品，在潛意識中似乎已懷有一份「自卑感」，覺得自己祇有「接受」的份兒，即令讀來未盡稱心，該懷疑的似乎也祇是自己的鑑賞能力吧。

發表作品連帶披露作者的芳名（不管是本名或筆名），此已是因襲久長的公例。基於此一公例，遂產生了文壇上明星主義的傾向。

此種傾向當然有不少利益。首先，對於已享盛譽的作家本身，即令是到了江郎才盡的地步，但仗着金字招牌仍然可以縱橫文壇，絕無沉淪之虞，何況還可以隨心所欲，或「另闢蹊徑」，或「獨創風格」，不管是好是

歹，也總不愁沒有人捧場。其次，對於編輯，在選稿方面，可以少耗一些心機；因為刊登名家的稿，大抵是可以放心的，即令文章出了紕漏，作者的文名便是一面很好的擋箭牌，輪不上自己挨罵。第三，因為一般讀者認名不認文，則出版商也大為省事，只要揀名家的作品來出版，所冒的風險多半較小。難怪不少刊物作廣告只以執筆的作家為號召，排出來的自然是「鑽石陣容」，彷彿是說：你瞧，這些都是身經百戰的精兵悍將，還會有錯兒嗎？

我說這些話，絕無非難任何個人或刊物的意思，因為此種傾向的形成，本來就是源遠流長，順理成章，誰都不必負責的。美國的權威雜誌「大西洋」月刊創刊迄今已達一百十六年，最初該刊發表論文、小說、詩歌無不採取匿名的方式；實際上該刊初期的作者多是美國當時鴻儒碩學之流，如霍桑（Hawthorne）、洛威爾（Lowell）、愛默生（Emerson）……。該刊的創辦人之一愛默生曾說：「當作者的芳名比作品本身更值錢時才有發表的必要。」他的意思顯然是，當作品本身不够「值錢」時才有靠作者的名氣來撐門面的必要。可惜此種作風不能貫徹到底，一八七〇年以後該刊順應讀者的要求，也廢止了此認文不認名的辦法（近年該刊有數期甚至於連部分作者的玉照也都刊了出來）。可見這是「大勢所趨」，刊物爲了求生存，不得不隨俗。

然而，一八七〇年前的「大西洋」我雖未得目覩，心則實嚮往之。試想，倘若今天有一份刊物真有勇氣步一八七〇年前該刊的後塵：作品篇篇精采可讀，而執筆者不管其爲張三李四一律匿名，則它對於編輯的責任感、選稿眼力以及讀者——尤其是批評家的鑑賞力，不都是很好的考驗嗎？