# 從雜誌業的自由競爭談作家主權

林富松

根據民國六十七年「中華民國出版年鑑」，我們現有登記發行的雜誌多達一千五百五十八種，若以人口計算，平均約八千人擁有一種雜誌，遜於美、日，優於英、韓。

然而雜誌的種類多，未必能代表雜誌業的欣榮，至少我們應進一步分析其發行量及雜誌的素質方能下結論。可惜，這方面的資料一直付之闕如，一般雜誌社爲了顧及廣告利益，多不願透露詳細銷售份數（由於有零售部份，每月數量均不同），行政院新聞局及中央圖書館亦未建立此種代表文化成長的基本資料。據初步的判斷，市面上較嚴肅性的雜誌（如書評書目、傳記文學、出版與研究、科學月刊、翻譯天地），若能達到每月三千份以上的水準便算佳績了，至於消遣性的雜誌（如婦女世界、皇冠、女性世界）可能成績較好。因此，登記的雜誌雖多達千餘種，然而不少是專業性及對內發行，所以，市面上經常能見到的雜誌，能有二十種便算不錯了。

由前面粗略的分析，我們必須明白，目前我國登記的雜誌雖多，但眞正常與人接觸的，爲數甚少。由於具有此種特殊的市場區隔（Market Segmentation），使得大多數人們所面臨的主市場競爭性不大，換句話說，目前的雜誌市場，因爲競爭性小，故形成買方壟斷的局面（報業亦如此），編輯可以自己擬定雜誌的方針，決定採用的稿子，積壓作者的稿件，遲遲支付稿費，而投稿人（賣方）由於人數衆多，競爭激烈，因此只能接受價格（稿費），不能影響價格，尤有甚者，稿子雖經採用，但由於時效性低（沒有時效性的稿子難道不是較經得起考驗？），便常被束之高閣，無法問世，造成很大的困擾，好比商品已售出，連支票都無法獲得，何況是現款？

造成這種局面的原因何在？筆者認爲造成此種制度僵化的原因，最主要便在買方缺乏競爭。換句話說，經常活動，廣受歡迎的雜誌太少，以致買方力量强，可以要求賣方，進而決定價格；另一方面，賣方力量弱，不能要求買方，因此只能接受較低的價格（目前的稿費當然是偏低的），接受現今的制度。套用經濟學的術語來說，作家主權（Writer's sovereignty）已處在極度低落的情況。

經濟學中經常强調自由競爭，因爲唯有自由競爭下的價格才是合理的價格，作家市場何嘗不是如此？所以，站在政策擬定者的立場，開放雜誌之自由登記正是解決問題的良方，也唯有不斷注入優秀的新血，才能使市場活絡，進而帶動全民的讀書風氣，保障作家的權益，提高作品水準。至於銷路的好壞，廣告固然扮演著十分重要的角色，雜誌本身的品質才是眞正的決定關鍵，只要雜誌能保持優異的水準，銷路是無庸憂慮的，目前我們經濟成長快速，國民所得普遍提高，若以其他先進國家爲借鏡，我們在文化方面的成長，自是無可限量。筆者深信，雜誌業必有相當燦爛的遠景。

作家的權益及保障與作品的水準有不可分割的關係。作家的權益如果太差，寫作意願自然降低，也甚難有好的作品問世。反之，作家權益受重視，寫作意願高，好作品源源產生，雜誌銷路扶搖而上，這是一種循環，究竟將步上良性或惡性的循環，端賴作品的市場制度能否建立而定。

所謂作家主權，指的是作家有保障自己權益及議價的力量，換言之，雜誌社最後將建立起兩個觀念：㈠消費者（購雜誌者）是王（Consumer is king），㈡作家是王（Writer is king）。作家若想建立此種主權，使自己有更大的力量，必須共同體認及爭取以下的基本權益：(1)免除被壓稿的自由。希望編輯重視此項自由，不合之稿件立即退回（可以迅速投到別家，增加流通速度），決定用的稿子，應通知作者將在那期發表。(2)一經錄用，決定刊登之稿，應立即支付稿費（支票、現金均可），對於雜誌社本身，只須有一筆固定的週轉金便足以應付（做生意須週轉金，辦雜誌爲何不要?），決不會影響其資金的運用。如此一來，即使雜誌本身因計畫變更而延誤刊登（當然要通知作者），亦不致影響作家的收入（尤其是職業作家）。

也許有人會認爲這種作家主權的想法未免太先進了些，以我國目前的雜誌業來看，斷難成功。然而，消費者主權（Consumer sovereignty）在國內業已引起一片廻響的今天，我們相信作家主權的想法絕非海市蜃樓，只要所有的作家均有此體認，共同合作，團結成一體，對於那些不履行作家基本權益的雜誌社，共同抵制，筆者深信，在雜誌業逐漸邁向自由競爭的道途上，實現作家主權絕非玄想，而將是一項實際的行動。