

英美作家經紀人的發展與現況

陳明莉 / 南華管理學院出版學研究所研究生

作家經紀人的出現

自十九世紀末葉英國出現第一位作家經紀人開始，作家經紀人逐漸對英、美出版業造成衝擊，它不但改變了圖書生產的機制，也改變了作家與出版社的關係，更直接或間接地改變了出版的生態。

人類知識、思想與觀念的傳播，從意念的產生，到真正被大眾接收、消費，存在許多中介體制，擔任聯繫創作者與公眾的角色。社會學家認為，出版業是其中最重要的一環，它扮演「思想守門人」(gatekeeper of ideas)的角色，透過對圖書的選擇與生產，對知識、資訊加以篩選，以決定知識的保留或排除（註1）。

圖書出版業的生產機制，大抵是依作者→出版商→印刷商→書商→讀者，從圖書的生產→流通→消費，建構出一套完整的生產鏈。在這個生產鏈中，作者與出版商表面上是平等的合夥關係：作者寫稿，出版商出書。但實際上，兩者權力並不平等，作者為數眾多，出版商數目有限，出版商的選擇權利遠大於作者；出版商身為出資者，也往往擁有書籍出版與否的決定權；此外，在「版稅制度」(royalty system)正式採用前，作者的權利大多賣斷，書籍無論成敗，作者皆無過問的權利。因此，在作者與出版商的互動關係上，作者處於相對的弱勢。

正因為作者與出版商長期存在這種不平衡的權力關係，加上出版業日益專業、複雜，導致作家經紀人的出現。這些作家經紀

人代表作者與出版商交涉，為作者談判合作條件，並銷售各種附屬權利(subsidiary rights)。由於作家經紀人出面為作者爭取權利，減少出版商的利潤，所以初期受到出版商的排擠與責難，被譏為「出版界的寄生蟲」、「作家的吸血鬼」。

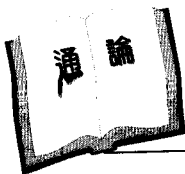
雖然初期受到出版商的敵視與排斥，但不過一百年的時間，現代作家經紀人卻已成為英美現代出版生產機制中重要的角色。如今在美國的大眾圖書出版市場(trade book publishing)，超過90%的書是透過作家經紀人仲介（註2），大部分作家逐漸失去與出版商直接接觸的機會。作家經紀人已成為知識生產的第一道閘門，取代了出版商的部分守門功能，並擔任作家與出版商之間的潤滑劑與緩衝器(buffer)。

然而，作家經紀人權力的過度擴張，也造成了種種弊端。有人稱作家經紀人為「出版業的必要之惡」，一方面將現今出版業出現的種種病態都歸咎於他，另一方面卻又不得不肯定其存在之必要。作家仰賴作家經紀人與出版商交涉，出版商依賴作家經紀人提供稿源，作家經紀制度已大大改寫了出版業的遊戲規則。

本文即針對現代作家經紀人的發展情形、活動現況、專業組織、經紀活動特點及專業化程度，做一探討：

經紀公司的成長

進入二十世紀以來，英美兩地作家經紀公司數量穩定成長。在英國方面，十九世紀



末英國境內的作家經紀公司並未超過6家（註3），但根據《藝術家與作家年鑑》（*The Artists' & Writers' Yearbook*）的資料顯示，英國作家經紀公司在1946年時有35家，1966年時增為55家，20年來增加了20家；到了1986年作家經紀公司已增加到84家，比1966年時增加了29家（註4）；到了1995年時，英國的作家經紀公司的數目已超過138家（註5）。

在美國方面，由於兩次世界大戰都未在境內開打，出版業未受戰火直接影響，反而藉機對外擴張，逐漸取代飽受戰火摧殘的英國出版業，成為國際出版市場的新霸主。二十世紀的美國出版市場發展快速，作家經紀公司的數量也相對迅速增加，依據《文學市場》（*Literary Market Place*）的資料顯示，美國在1965年時有118家作家經紀公司，1980年時成長到242家（註6），到了1999年時作家經紀公司的數目已達到1046家（註7）。由於具備相當聲望或資歷的經紀公司才會收錄在《文學市場》中，因此美國境內作家經紀公司的實際數目應超過1046家。

專業組織的成立

經過一百多年的發展，英美的作家經紀制度漸臻成熟，隨著經紀公司的數量增加及功能發揮，作家經紀人開始往專業化方向發展，並先後成立專業組織。

在英國方面，當作家經紀人逐漸發揮重要性後，以保護作家權益為職志的英國作家學會（*Society of Authors*）便要求經紀人成立專業組織，以規範作家經紀人的活動。然而由於幾家重要經紀公司始終拒絕加入，使得組織創建過程困難重重，最後經過多年努力，「作家經紀人協會」（*Association of Authors' Agents*，簡稱AAA）終於在1974年時成立，但英國最大的經紀公司布朗恩集團（*Curtis Brown Group*）至今仍未入會。專業組織對會員資格大多有所限定，AAA即規

定申請者必須擁有三年以上的相關經驗，且經紀所得每年至少二萬五千英鎊（註8）。

在美國方面，「作家代表人協會」（*Association of Authors' Representatives, Inc.*，簡稱AAR）成立於1991年，係由美國兩大作家經紀組織：「作家代表人學會」（*Society of Authors' Representatives*，簡稱SAR，成立於1928年）及「獨立作家經紀人協會」（*Independent Literary Agents' Association*，簡稱ILAA，成立於1977年）合併而成，屬全國性的作家經紀人專業組織。AAR規定必須從事作家經紀工作滿兩年，才有資格申請入會（註9）。

凡專業組織必具有建立專業形象，為會員爭取權益、創造利潤，並提供團體規範的功能。英國的AAA及美國的AAR自不例外，兩者的成立宗旨皆在建立連繫網絡，提供充分市場資訊，並促進會員間的合作。而另一方面，此二組織都各自擁有成文的倫理規範，要求會員確實遵循，藉此維繫作家經紀人的專業形象（註10），除此以外，藉由組織的團體力量，也可讓作家經紀人在特定議題上擁有更大的發言權及影響力（註11）。

然而，不論是英國的AAA或美國的AAR，都不具備像醫師公會、律師公會或會計師公會的強制性，即作家經紀人不論是否具會員資格，都可以合法執業。此外，AAA及AAR也都面臨了約束力不足的問題，兩組織的職業規範並不具實質的制裁力，因此對於違規的會員，至多只能作出解除會籍的懲罰，但這並不足以形成嚇阻的力量。

經紀活動的特點

現代作家經紀人活躍於一般圖書市場，其作業活動也日趨多元，尤其自1950年以來，西方出版業捲起一股合併、收購風潮，編輯大量流動，作家被迫不斷面對新臉孔，經紀人便成為提供作家創意及穩定感的重要來源。隨著出版業日益專業、著作權法日趨

複雜，出版公司也多寧可與熟悉出版流程及著作權法的經紀人共事，而不願和作家直接討論敏感的金錢議題（註12）。

現代英美作家經紀作業活動具有下列特點：

第一項特點，服務內容擴充，逐漸取代編輯地位：除對作家提供書稿配置（placing）、合約談判（negotiation）服務外，現代經紀人還提供編輯方面的建議（editorial comment），例如提供寫作題材，並修改、編輯文稿等等，這些服務與傳統編輯工作高度重疊，甚至取代了編輯的地位（註13）。

第二項特點，銷售權利項目增多，附屬權利成為重要收入來源：現代文藝市場，著作權的銷售項目增多，附屬權利便為作家帶來豐厚收入。所謂附屬權利是除了書卷權利（volume rights）之外的其他周邊權利，例如將小說改編成電影、電視、戲劇或將書中人物化為玩具、文具製品的商品化權利（merchandizing rights）。

新科技發展、視聽工業發達，有愈來愈多的電視、電影從小說中找題材，許多電子出版品也改編自書中內容，因此現代作家可以透過改寫、改編的方式，將作品以不同的形式再利用（recycle）、再出版，這些附屬權利的權利金，成為作家主要收入來源之一（註14），而為客戶開發各種附屬權利也成為作家經紀人的重要任務（註15）。

第三項特點，運用拍賣（auction）銷售版權，預付版稅創新高：自1910年代美國出現暢銷書排行榜，自此出版業開始展開暢銷書的追逐戰。圖書出版業原是高風險的行業，出版公司多期待能快速獲利以降低風險，因此往往將資本集中在有暢銷潛力的書種上，導致對大牌作家及暢銷書的倚賴日深。正由於出版公司急需能帶來財源的暢銷作家，作家經紀人便運用拍賣方式，為知名

客戶爭取高額版稅，暢銷作家的爭奪戰愈趨激烈，預付版稅也愈標愈高。

其實早在十九世紀末時，作家經紀人即開始採用一稿多投（multiple submission）或拍賣的方式來銷售權利，但這種交易型態在當時並未受到認可，故多暗中進行，並只應用在著名作家身上（註16）。到了二十世紀下半葉，這種拍賣及競標手法已成為作家經紀人公開慣用的作業方式，一些作家經紀人甚至有超過半數的交易是透過拍賣完成的。

這種拍賣的交易型態，為出版業者所詬病。因為同業競標的壓力，產生哄抬效果，往往造成巨額的預付版稅，而過高的預付金常讓出版公司無法順利回收。然而這種拍賣手法可成功哄抬書價，並立即獲知交易結果，因此雖飽受批評，作家經紀人依然樂而為之。

第四項特點，律師經紀人（lawyer-agent）崛起，成為明日之星：合約談判是作家經紀人一項重要工作，但現代著作權日益複雜，附屬權利愈趨多元，使得出版合約談判困難度增加，經紀人必須具備法律知識方能勝任，有鑑於此，部份作家經紀公司便開始聘雇具法律背景的人才，然而最近這幾年，英美有一些專業律師開始投身作家經紀工作行列，於是出現了所謂的「律師經紀人」。

律師經紀人可分為兩種，一種是在律師本業外，兼任作家的代表人，作家只是眾多客戶中的一種；另一種則是只服務作家，專門從事作家經紀工作。不論是哪一類型的律師經紀人，他們的服務內容與一般經紀人並無不同，包括協助作家準備出版計劃書、向出版公司提案、進行合約談判，以及出版後的條約履行確認工作（註17）。

律師經紀人與一般作家經紀人的最大不同處是，他們以時數計費，並非收取10%或15%的佣金。對於知名作者、搶手作家或有

與出版公司保持良好關係的作家而言，雇用律師經紀人更為划算，因此這類律師經紀人大受名人作家的歡迎。

然而律師經紀人對出版行業的了解、市場資訊的掌握畢竟有限，而且生意成交後，主客關係就終止了，他無法像傳統經紀人一般，全心全意地去培植潛力作家，或盡心為作家規劃的寫作事業，因而一般作家、特別是新進的作家，仍然需要那些嫻熟出版事務，與作家維持穩定關係的傳統作家經紀人。

作業活動的現況

美國國際作家之友協會（Author Aid Associates）在《北美經紀人》（*Literary Agents of North America*）1995年第五版中，曾對該書收列作家經紀公司進行問卷調查（註18），然而書中並未交代樣本數、回收率及調查時間。雖然此份研究嚴格說來並不夠嚴謹，也有代表性不足的問題，但國外有關作家經紀活動的研究並不多，因此這份數據仍具參考價值，有助於理解北美地區的作家經紀活動。

根據這份調查結果顯示，在受調查的北美作家經紀公司中，有90%經紀公司的客戶數在一百名以下，而有超過一半（57%）的公司現有客戶不超過50位。這項結果與1988年及1991年的調查數據一致，顯示現代作家經紀公司並不追求大量客戶，而傾向於針對少量、卻多產的作家，提供更個人化的服務。

在收費方面，有58%的經紀公司抽取15%或超過15%的佣金，比1991年時的77%略為下降，另一方面，有57%的作家經紀公司收取額外費用，項目包括辦公室費用、文稿修改費及公關活動費用等等，而有49%的經紀公司收取編輯費用（editorial service），所謂編輯費用的定義因公司而異，從給予評論、指導（editorial comment），到提供逐

行修改、重寫的服務（book doctoring）都有可能。

由於大部分受訪者不願公開公司的收費政策，因此大都拒絕回答收取額外費用的問題，只有38%的作家經紀公司承認向作家收取審稿費（reading fee），但其他經紀公司有可能是以其他的名目收取。

在客戶收入方面，有92%的經紀公司表示，其客戶在寫作上的年收入平均低於五萬美元，只有2%的作家經紀公司客戶寫作年收入超過十萬美元。

82%的作家經紀公司表示，其客戶中有超過一半是有出書經驗的作家，比1991年調查的66%顯然有所提升，而58%的經紀公司表示，其四分之三的客戶是已有出書經驗的作者。

87%的受訪經紀人已有超過五年的資歷，其中58%則資歷超過十年以上。顯示近幾年來，少有作家經紀公司新開業，在出版事業集團化的趨勢下，出書種類減少，非暢銷書的書種出書機會愈來愈低，新進的作家經紀人生存不易，田此而倒閉的經紀公司數量也相當驚人。

綜合以上調查結果，可得知北美的作家經紀活動現況：半數以上的作家經紀公司其客戶數少於五十名，並多數向作家抽取15%以上的佣金；此外，這些作家經紀公司的客戶，每年在寫作上的收入大多低於五萬美元，且大部分客戶是已有出書經驗的作家；另外，絕大部份的作家經紀人從事作家經紀工作已有超過五年的時間。

專業化的程度

雖然英美的作家經紀公司數量急速增加，亦形成專業性組織，其工作範圍、服務層次及發揮的功能等各方面，與前兩個階段相較有明顯的擴增，但作家經紀人是否已成為一種專業性的工作，仍需進一步加以檢驗。

一般而言，一項專業化的職業必須具備下列特性（註19）：一、建構於理論基礎上的，分工細密的專業知識；二、系統化的，通常由大學來承擔的教育過程，例如醫師、律師、會計師等等之養成過程；三、由國家考試、發證，限制及規範從事該項專業的資格，即通過檢定後才能執業；四、專業從業員組織工會，並擁有成文的職業規範（codes of ethics）；五、專業從業員具有高度自主性及權威性，可免除外行的控制、干擾。

若依上述標準檢視作家經紀人的專業化程度，可以發現：雖然作家經紀人已成立專業組織，並擁有成文的職業規範，但因不具強制性，再者從事作家經紀工作既不需通過一定之訓練，也不必經過資格檢定，故作家經紀人雖已逐漸邁向專業化，但目前仍屬於準專業（quasi profession）的行業。

在現代的英美出版世界裡，作家經紀制度是圖書生產機制中不可或缺的一環，然而對台灣出版業而言，作家經紀制度仍是陌生的名詞，對其角色、功能也多一知半解。凡制度的形成與奠定，必有其歷史背景與社會條件，對日趨蓬勃、專業化的台灣出版業而言，作家經紀制度是否有引進之必要？又，作家經紀制度在台灣運行是否可行？這是今天台灣出版業者必須開始思索的問題。

【附註】

1. Coser, L. A. et al., *Books: The Culture and Commerce of Publishing* (Chicago: University of Chicago Press, 1982), p. 4.
2. Bonn, T. L. "Literary power brokers come of age," in *Publishing Books*, ed. Dennis, E. E. et al (New Jersey: Transaction Publishers, 1997), p. 49.
3. Legat, M., *An Author's Guide to Literary Agents* (London: Robert Hale, 1995), p. 14.
4. Greenfield, G., "Literary agents: where they come from and where they are going," *Logos*, 4 :4 (1993), p. 193.
5. Legat, p. 14.
6. Coser et al., p. 287.
7. R. R. Bowker Company, *Literary Market Place* (New York: R.R. Bowker, 1999).
8. Legat, p. 15.
9. Herman, J., *Writers' Guide to Book Editors, Publishers, and Literary Agents 1999-2000* (Rocklin: Prima Publishing, 1998), p. 881.
10. Ibid., p. 881.
11. Legat, p. 15.
12. Coser, et al., pp. 289~90.
13. West III, J. L. W., *American Author and the Literary Marketplace Since 1900* (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1988), p. 99.
14. Sissons, M., "The agents of change," *The Bookseller* (6 December 1996), p. 27.
15. West III, p. 102.
16. Bonn, T. L., "Henry Holt a spinning in his grave," *Publishing Research Quarterly*, 10: 1 (Spring 1994), p. 58."
17. Arnold, M., "Is the agent really needed?" *New York Times* (15 January 1998).
18. Author Aid Associates, *Literary Agent of North America* (New York: Author Aid/Research Associates International, 1995), pp. 11~13.
19. 翁秀琪, *大眾傳播理論與實踐* (台北: 三民出版社, 1996), p. 111。