

全国重点文艺类出版社、文学期刊负责人聚谈“新时代文学攀登计划”——

# 共同营造良好生态,为文学精品的产生赋能

本报记者 傅小平

7月31日,由中国作家协会主办的“新时代文学攀登计划启动仪式”,及“新时代文学攀登计划联席会议座谈会”在湖南益阳举行。与会的全国32家重点文艺类出版社、文学期刊负责人,中国作协各报刊社网负责人,围绕“新时代文学攀登计划”的议题展开深入探讨。

启动仪式上,人民文学出版社总编辑李红强表示,“新时代文学攀登计划”目光远大、步伐坚定、意义深远,既呼应了时代要求、文学规律,又反映了出版界的心声。该社高度支持,从项目征集伊始,就与旗下的《当代》杂志一道,与作家们进行深入沟通、深入商讨,积极申报了王跃文的《家谱》等一批筹划已久、等待已久的重要作品。该社也很高兴与参与“新时代文学攀登计划”的出版兄弟单位一道,共同承担推动我国文学创作繁荣发展的使命,一起来探索具有新时代特点的原创文学出版、推广模式,助力文艺工作者攀登艺术高峰,将作家托付的心血之作打造为经得起时间检验的出版精品。

在《收获》杂志副主编谢锦看来,我们正身处一个喧嚣的新时空中,手握美丽古老文字的人要如何书写现实、记录时代?要如何如何在时间长河中刻下壮美的印记?又如何把文学坚定温暖的力量传递给大地上更多的人?这是对文学出版提出的新课题,也是对中国文学原创提出的更高、更紧迫的要求。谢锦表示,为达成这一要求,杂志人也需要克服一些困境。“一是时代表达的困境。面对百年未有之大变局,文学‘说什么’和‘怎么说’显得格外重要,对重大题材的密切关注和及时表达、对普通民众的深切理解和生命关怀、对革命历史和革命精神的文学解读,以及对常见主题的突破性表达、对宏大话题的精细化表述、对时代命题的个性化叙事,都需要新视角、新文本去探索和创新。二是纸质传播的困境。多媒体和互联网的崭新时代,传播介质的多样性决定了纸质媒体不再一统江湖,尤其是文学杂志,它的出版周期决定了必须要有快速的相匹配的传播渠道,而纸质,在今天的时代,不再是高效的媒质,杂志人应当思考如何以纸质为依托改变传播形态,如何向多媒体融合发展。三是作品版权的困境。今天,很多作家作品往往跳过文学杂志直接出版,版权有效性的下降,出版字数、出版时间、出版周期的限制,使文学杂志在推举作品的及时性和对作品的第一轮精细化修改中的作用被削弱,文学杂志和出版社之间常常‘抢跑道’,好的创意、艰难的组稿和认真的改稿,往往因为杂志和出版社之间的协调偏差,而不能精准实施。”以她的观察,破解这些困境和困惑,非一日之功。中国文学的高质量发展需要一个良好的生态,这个生态环环相扣,相依相存,从作家到评论家,从杂志到出版社,缺一不可,集合优质的文学出版力量,携手联合,才能真正为文学精品的产生加压赋能,推动文学精品的传播、转化,有力彰显新时代文学的价值。

由此,谢锦表示:“作为文学从业者,我们希望能对文学精品选题从创作、修改到发表过程中的多个环节进行多样化扶持,提升原创能力,不仅仅是寻找有温度、有力量、有情怀的创作题材,而是要更精准更全面地融入创作过程,进行更高层次的选题策划,把控出版的主动权,共同推进文学原创的繁荣。作为文学从业者,我们对文学精品或者优质选题打开各种上游、下游资源,促成出版社、杂志社与网站、影视公司、游戏公司等形成多种联动机制,探讨各种合作方式,做大做优文学精品。作为文学从业者,我们

们希望共享多媒体资源,打通更多传播渠道,尤其是在新媒体领域,以文学精品为核心,整合各自平台形成合力。采取丰富多样的方式,向大众介绍和推荐文学精品,鼓励、动员和引导社会各界力量参与评论、鉴赏、推荐文学精品,做好作品的推手。作为文学从业者,我们也希望努力拓展各个层面的作者群,发现笔端充满鲜活生命力的写作者,也给与默默无闻的写作者,尤其是青年写作者以机会和引导,同时,让文学编辑积极入局,作家和编辑在文学创作中不可分割,他们需要共同成长、共同进步、彼此成全。”

作为“新时代文学攀登计划”的发起人之一,湖南文艺出版社社长、芙蓉杂志社社长陈新文表示,我们正面临着—个变革的时代,一个可以产生、也正在产生史诗的时代。在这样一个时代里,出版人有责任以其特有的方式,将这个时代的原创力激发出来,挖掘出来。“‘新时代文学’不在别处,而在我们所处的历史方位是否有更深刻的体会,对新时代文学的前景是否满怀信心和期待。我们一直怀着一部美好的理想,那就是,能够通过出版一部部根植于当前现实的原創精品,记录当代中国正发生的深刻变革,记录当下中国人民最为热诚、最为深切、最为努力的追求和奋斗,让更多的人看到闪耀于人类文化高地的文学之光、理想之光和希望之光。”

在随后举行的座谈会上,与会者针对现代传播格局中文学如何葆有竞争力、作家资源和编辑人才如何培养与寻找、文学行业生态如何健康发展等话题建言献策,在依据自身发展经验的基础上,探讨新时代文学攀登的方向与现实意义。

《作家》杂志主编宗仁发表示,新时代文学攀登计划主要扶持的文体是长篇小说,这是非常必要的。长篇往往标志着一个作家所能达到的文学高度。长篇对于作家的挑战性也是巨大的。“新时代文学攀登计划”会很想写长篇的青年作家稳住心来慢慢写,我们搭建的平台可以解除他们的后顾之忧。“另外,我想建议攀登计划也应对象自然文学或系列性的自然文学作品予以扶持。自然文学作家需要长期在某一选定的环境中进行博物学考察,需要安营扎寨,需要建立明确的‘位置感’,否则是没法写出涉及到动物、植物的文学作品的。从自然文学写作需要的条件说,给予多一些扶持是非常必要的。”

在北京十月文艺出版社总编辑韩敬群看来,当下需要加强对长篇小说的持续投入与关注,尤其是要加强对长篇小说创作规律的研究。“思想精深,艺术精湛,制作精良”概括得非常精准,要特别重视对长篇小说艺术质量的要求。与此同时,也需要加强长篇小说评论工作。他表示,培养优秀的文学编辑也很重要,好的文学编辑也是好的批评家,对一部好的长篇小说的产生起到非常重要的作用。

中国青年出版社总社党委书记、董事长皮钧认为,无论是创作《山乡巨变》的周立波,还是创作《创业史》的柳青,都是在真天地里写出记录共和国奋斗足迹的重要作家,在真天地里培育了对人民的真感情。新时代中国青年展现出理想信念更为坚定、知识素养不断提升、心理状态豁达自信等特点和风貌,但不少青年更适应虚拟世界的交流、缺乏现实劳动的直接经验和感受。映射到文学上,他们的创作就出现了轻视现实、注重主观表达的倾向。“因此,‘新时代文学攀登计划’‘新时代山乡巨变创作计划’恰逢其时,我们不仅要引导专业作家、成名作家参与,也非常希望引导更多青年文学

爱好者、青年读者参与。引导青年面向生活,在真天地中表达时代、观照社会,用文学力量撑起新时代的理想主义。”

江苏凤凰文艺出版社社长张在健表示,在新的阅读方式变革、新的读者群崛起、新的传播方式冲击下,优秀的文学作品越来越难触达大众读者。利用好新技术、新平台,可以推动文学价值更好地实现。“凤凰文艺目前正着手搭建两个平台:一个是文学到影视的转化平台,另一个是正在筹建的‘网络文学出版平台’。通过对文学多元价值的发掘,让文学真正破圈,产生更广泛深远影响,也逐渐成为我们工作的常态。”

上海文艺出版社副社长李伟长说,“新时代文学攀登计划”的最大价值就是“搭梯子”,在选题、作家、出版社和市场之间构建联系,使得出版社得以对作家有整体性和针对性的规划,而不是在营销时只是集中一部作品。“但要想真正地扩大影响,破圈突围,就得打开别人家的‘羊圈’,比如抖音、B站、小红书、豆瓣,把我们的‘羊’放进去,一则让他们睁眼看圈外的世界,二则可能会形成合作共赢。”

百花文艺出版社社长薛印胜表示,如何做好“出版+”这篇文章是出版人共同面对的课题,八年前该社成立了新媒体中心和影视文学部,专注于将优秀文学作品数字化、有声化、影视化,打造《和平饭店》《我是余欢水》等数部文学IP双向转化;与北京语言大学合办“中国作家公开课”,增强作家与作品的社会影响力和国际传播力。“同时,百花期刊编辑将大量精力投入到文学‘活力’与‘新生性’的发现与推广中,及时挖掘具备新思维、新气象的新人新作。今年,我们将启动‘百花文学新星培养工程(满天星计划)’,助力文坛后起之秀作品的图书出版。”

在《当代》杂志执行主编徐晨亮看来,文学刊物不仅是刊发作品的平台,同时也应该是及时推介新人新作、传播文学价值观的媒体。期刊编辑的工作,应该是通过对作品的充分挖掘、精心筛选和有效传播,把文学现场中异彩纷呈、充满活力、呼应时代变局的那一面呈现出来。“为了实现‘有效传播’,我们除了需要提高策划意识,围绕重大主题,有针对性地组稿,跟进重点作品之外,在作品刊发后,更需要主动组织作品研讨,通过各种渠道进行推荐,积极搜集来自读者的反馈意见,《当代》杂志也计划通过‘《当代》文学拉力赛’‘年度文学论坛’等活动,延伸刊物的传播半径,提升优秀作品的能见度。”

浙江文艺出版社总编辑王晓乐表示,随着出版业态进一步变革,编、印、发、供已经打破原来的概念边界,被赋予更多新的内容,而且在不断加速。营销编辑、数字编辑和责任编辑一起,让一本书的发生与传播,在不同平台以不同形式触达不同受众。“对我们来说,随着‘新时代文学攀登计划’的启动与实施,有效地参与到作家创作、编辑出版、宣传推广、成果转化、对外译介等多方面的联动中,发挥自己的优势力量一起来推动新时代文学高质量发展,是挑战,也是职责所在。”

作家出版社有限公司总编辑张亚丽坦言,新媒体时代给纸质图书的出版和传播带来了直接的影响和冲击,作家社虽然在积极推动传统出版业的数字化转型,探索媒体融合、跨界融合,尝试对图书资源进行全版权开发,但办法还不够多,渠道还不够宽,创新意识还不够强。“今后,作家社将进一步加强打造文学精品的各项举措:一是严把出版导向关;二是围绕中心,服务大局,聚焦党的二十大、脱贫攻坚等党和国家重大主题重大战

略,做强做优主题出版;三是坚持‘精品出版’理念,持续擦亮‘作家’品牌,勇攀文学高峰;四是完善体制机制,建立全面质量管理体系,层层压实主体责任;五是加强队伍建设,强化业务培训,提升编辑综合素质。”

花城出版社社长、《花城》杂志主编张懿认为,互联网、大数据、人工智能等催生了文艺形式创新,拓展了文艺空间。这是新时代文学面临的机遇和挑战。融入新的行业形态,积极拓宽内容源头,挖掘当代文学作品在现代社会的崭新内涵,焕发文学的生命力,是花城出版社一直以来的发展目标。“我们希望在寻找优质作者和内容的基础上,通过创新升级传播方式,使好的内容获得更大的增值空间。同时创新内容开发方式,在新媒体蓬勃发展的局势中扬长避短,探寻新的发展途径,积极与各类产业跨界融合,提高文化内容的生产能力和文化产品的传播能力。”

漓江出版社总编辑张谦表示,中国作家现在市场化程度很高,而出版社在市场的获利能力已经今非昔比。现在发行业态出现很多新领域,也需要培养新的发行队伍,转变新的发行观念。

山东文艺出版社社长李运才表示,打造文艺精品对地方出版社而言面临挑战。一是地方文艺社品牌优势不明显。二是文艺精品投入较大,产出不高,经济压力大。“新时代文学攀登计划”就是要大家集中优势资源,强强联合,从作家创作、编辑出版、宣传推广、成果转化、对外译介等多方面统筹协调,形成联动机制,全过程扶持优秀作品的成长,为文学精品的产生加压赋能。

春风文艺出版社社长、总编辑单瑛琪表示,打造具有里程碑式意义的文学作品,汇聚具有文学地理坐标价值的经典之作,造就与推出具有代表性意义的文学大师,是该社始终坚持的出版宗旨。该社将积极参与“新时代文学攀登计划”,推出更多优秀的人文作品。“我们将继续加强规划联动和人力投入,精心组织策划,推出响亮的作品,力争成为原创文学创作生产的重要力量。”

译林出版社近年来着力于打造原创精品。该社总编辑袁桐现身说法道,该社特别成立了世界文学出版中心,始终秉持“严肃、经典、品质”方向,坚持少而精的选题思路。与此同时,该社凝聚编辑营销合力,打造新媒体时代的文艺精品。从策划组稿到编辑加工、装帧设计、文案定位、宣传营销、渠道策略全程跟踪实施,有效应用新媒体矩阵,扎扎实实把每本书做出市场影响力。“我们也积极推动原创作品‘走出去’。我们藉数十年国际版权合作‘以引进带输出’,积极推动中国主题文学出版物输出;大力实现不依赖资助的版权输出成为新亮点,原创文学走出去取得可喜的海外影响力。”

中国作协是中国图书进出口(集团)有限公司最核心的“走出去”合作伙伴之一。近几年,双方携手优选适合国外的内容作品和输出方式,帮助文学佳作在海外翻译落地出版并传播。该公司总经理林丽颖举例表示,2020年,中图公司配合中国作协,向海外推荐了“脱贫攻坚题材报告文学创作工程”8部作品成果,面向全球发行。2021年,中图公司配合中国作协,借助北京国际图书博览会(BIBF)平台,建设了中国文学“走出去”多文版数据库平台,并共商共建“海外读者俱乐部活动”,培育优化中国文学的海外“读者圈”。“中图公司愿与中国作协、各位作家朋友和出版同仁们一道,以书为媒,通过深耕中国作家及作品在海外的宣传与推广,让中国文学在世界舞台上熠熠生辉,攀登新的高峰。”