

强原创:文学创作与文学出版永恒的主题

□潘凯雄

从近年我国出版业一个有趣的现象谈起。2017年,如果你稍加细心观察就会发现:中国的老舍和美国的欧内斯特·米勒·海明威在这一时间成了国内众多出版社竞相推出其代表作的两位热点作家,他们的一些代表作的中文版本数量在这一年激增。中美两位文学大师如此殊途同归,其缘由无非就是因为从这一年起,他们的著作权开始进入了公版期。

其实又何止是老舍和海明威成为一众出版单位抢手之热点?环顾一下我们的文学图书市场,本土四大古典文学名著中哪一种没有数百个重复版本?而域外20世纪前包括巴尔扎克、雨果、司汤达、狄更斯、托尔斯泰、陀思妥耶夫斯基……文学大师的经典名篇,哪一种不也同样有数百乃至近千个以上的版本?这个现象往好里说,自然可以归结于我们某些出版商的眼神好,识货!换个角度看呢?如此一哄而上的背后恰暴露出了我们文学创作与文学出版原创力的严重匮乏和原创性的极端不足,况且在许多重复版本中,质量平庸低劣者也并不在少数。这一切无疑已成为影响我们文学创作与文学出版高质量发展的严重障碍。

党的十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标的建议》中已明确了以推动高质量发展为主题,以深化供给侧结构性改革为主线,到2035年建成文化强国等一系列发展目标。作为建设文化强国的重要组成部分,文学创作和文学出版要实现高质量发展,关键就是要进一步推动创作和产业发展由数量扩张向质量提升转变,不断增强优质作品的有效供给能力,提升产业的市场竞争力,为满足新时代广大人民群众对美好精神生活的需求提供更多更好的精神食粮。“内容为王”是文学创作与文学出版的铁律,如果没有一定数量的优质原创作品做支撑,没有大量具有创新精神的从业人员积极主动地进行文化创造,则无异于灵魂的缺失。近些年来,我们的文学在创作与出版方面成绩显著,名家频出,佳作纷呈,但问题也不少,一个突出的重要表现就是“有数量缺质量,有高原缺高峰”。具体点说,就是一些作品过于偏向琐碎的日常经验和一己之内心,而展示时代主流与人民心声、体现家国情怀、黄钟大吕的优质原创作品则相对较少,我们近现代以降诸如抗日战争、改革开放等重大事件,本都应该出现与之相匹配、可以传之后世的扛鼎之作,但遗憾的是,这些依然还处于期待的过程之中。因此,抓优质原创,理应成为文学创作与文学出版永恒的主题。

所谓“原创”,本质上就是对既定参照物的一种怀疑与否定。它既不是对某种既定形态的提升与修补,也不是对已有存在的一种注释与重复;原创是一种蜕变,具有非连续性的特点;原创在尊重传统、质疑传统的同时,更在于创造新的传统;原创来自创造者自身的综合能力,虽不排他但又必然在自己的作品中烙出一个鲜明的新“我”。

“原创”者,重在一个“原”字,这个“原”区别于一般的创新。它强调的是初始性,即一切来自本源、根本、大地和生命;这个“原”具有不可复制性和排他性,它是新鲜的、独特的,又是抗平庸、反陈旧和拒重复的;这个“原”

是一种对世界和人生的新把握,一种新生命形式的艺术显现。

就整体而言,文学创作首先是一种个体性极强的精神劳动,优质文学原创作品的产生,首先当然需要广大写作者——无论是专业的还是业余的、传统的还是网络的、个体的还是集体的——创造性的精神劳作,但文学出版业的积极参与——无论是前期的联手还是后期的制作推广——同样不可或缺。中国现代以来的历史告诉我们:文学与出版的良性互动为这一时期中国文学和文化的发展留下了一道靓丽的轨迹,在这条历史的长河中,我们可以清晰地看到:文学界最好的时期也是出版业最好的时期,反之亦然。文学创作在关注外部世界的同时,也需要反观自身;出版不仅是传承,同样也是一种创造。如何再造文学创作与文学出版良性互动的灿烂景观就是当前摆在我们面前的一项重要工作。

优质的原创文学因其对人类发展进程和审美经验独具个性的观察、表达和书写而最能反映一个民族文化创造的活力,而这种文化原创力的强健与否恰是构成我们文化自信的重要基础。从诗经到汉赋、从唐诗到宋词、从元曲到明清小说……一个时代有一个时代的标志性文学,表现了所处时代独特的文化原创力。今日之中国已然进入了我们历史上各个时期都无法想象与难以企及的繁荣与强盛之新时代,大题材、好故事,丰艺术、强传播,是我们以往任何一个时代都无法比拟的。这个伟大的时代当然需要也有条件产生与之相匹配的优质原创文学,在现有文学高原的基础上隆起一个优质原创文学的新高峰。时代抵达的高度,思想和文学应该努力攀登,而思想和文学抵达的地方,出版就没有任何落伍与掉队的理由。

今年恰逢新中国成立时间最早、文学出版规模最大、文学品类最齐全的人民文学出版社建社70周年,中国作协主席铁凝在纪念该社建社70周年座谈会上的讲话中有这样一段感慨:“最近,我看到一张照片,是42年前人民文学出版社召开中篇小说部分作者座谈会的合影。那是1979年2月,党的十一届三中全会刚结束不久……我想,这张照片不仅有历史价值,它还体现着人民文学出版社70年一以贯之的精神,那是开风气之先的使命感,是引领潮流的自信和勇气,是鼓励创造与探索的胸襟,是与广大作家紧紧连在一起的热情与温暖”。而人民文学出版社在为自己的70周岁生日庆生之际也出版了一本名为《文学名著诞生地》的图书,该书收录了90余位作家、评论家、学者、翻译家与编辑家回忆他们与人民文学出版社交往的种种经历。我之所以引述这样两段事实无非是想说明:尽管文学出版处于整个文学产业链的后端,但在促进与推动优质原创文学发展与繁荣的过程中绝对不仅仅只是一个被动的等候者与二传手。在一定意义上,它既能够参与和协同作家的创作过程,也可以在编辑和出版过程中进一步优化原创文学作品的品质,放大其影响力与传播力,最终实现原创者与出版者社会效益与经济效益双丰收的最佳效果。

如此论断绝非妄言。铁凝在谈到人文社召开的那次中篇小说部分作者座谈会时,特意强调了“那是1979年2月,党的十一届三中全会刚结束不久”。什么意思



所谓“原创”,本质上就是对既定参照物的一种怀疑与否定。它强调的是初始性,具有不可复制性和排他性,是一种对世界和人生的新把握,一种新生命形式的艺术显现。

呢?要知道,那还是一个乍暖还寒的时点,当时一些与会作家身上背负的种种“莫须有”枷锁此时尚未卸下,而这次会议的邀请于他们而言无异于就是一次精神上的昭雪。至于冯雪峰之于《保卫延安》、龙世辉之于《林海雪原》、王维玲之于《红岩》……这些编辑给作家提出恳切意见提升作品质量的故事更是可以续写许多。

优质原创文学作品的创作和传播,在某种意义上恰犹如科技创新一样,需要时间与精力的大投入,如果将这些量化为经济计量也同样是一次大投入。但这种投入无疑是值得的。它一方面为我们社会主义文化强国的建设提供优质精神文化精品,同时也是在为企业企业提供独有的核心竞争力,且降低了在复制、生产、传播和衍生开发等后续价值延伸增值过程中的成本,这种产业链越长,优质原创文学作品无形价值的开发和利用就越充分,企业的长期竞争力就越强。

尽管理论上如此,但由于当下种种复杂的因素,一些优质原创力在一定时间内未必完全能够释放出它本该产生的强大文化影响力及经济效益等现象也并不鲜见。对此,我们必须清醒地意识到:优质原创文学的产生有其自身的运作规律,美成在久。相关部门特别是管理部门,一定要保有足够的耐心,摒弃那种急功近利的政绩观与业绩观,充分尊重艺术生产规律。坚持以强原创为基石。一方面,在各种资源配置以及政策扶持等方面,都应旗帜鲜明地围绕原创力坚持党和国家的标准与尺度,大力扶持、表彰和奖掖原创,尤其是现实题材的文学原创,在全社会倡导与培养尊重原创、呵护原创的社会风气;另一方面,也可以通过事前审核和事后监管等多种手段,抑制低端重复出版现象,比如明确规定中外文学名著单位的专业出版资质与门槛,对校勘者、译者责任编辑等相关人员的相关资质与能力进行基本审核等。

无论如何,强原创都应该成为文学创作与文学出版永恒的主题。

我常常想到那年和三岁的女儿一起去看的一场表演。

小小的空间里,装置着许多奇怪的物件,孩子们随意围坐在装置的周围。灯光暗下来的时候,表演者带着满满一桶水上场了,事实上,水才是那天的主角,当它们通过这些奇怪装置的时候,仿佛倏然有了灵魂。开始了,整场演出不需要看,只需要听,是铺天盖地的倾盆大雨,是辗转反侧的凄风苦雨,是错落有致的阵雨,是淅沥有声的小雨,有一刻,静止,听不到任何动静,两秒钟后,远远的,却有一声轻微的布伞张开的声音,耳朵里便仿佛落进了一两根牛毛般的冰凉……

这场演出叫《雨》,没有故事,没有布景,没有主演,没有我们能够想到的所有的戏剧因素,但是,这真是一场无比美好的演出,那些平时一分钟也坐不住的三岁孩子,静静地坐满了15分钟,那一刻,彻底颠覆了我曾经以为给孩子的演出就需要满场蹦蹦跳跳唱唱闹闹的想法,我们从来没有想过我们给予孩子的声音是不是太多了,我们离开天籁之美太久了,而天籁,惟有安静才可以抵达。在这喧嚣的时代,我们轻易地被一滴雨所带有的最初魅力所征服,我们离开专注和安静有多远?我们离开我们最初的世界又有多远?

让我们回到当下文学原创出版的话题。

今天,可以用“兴兴隆隆”四个字来形容文学原创出版,出版上游的中国作家们勤耕细作,作品如林;出版中游的文学编辑们兢兢业业,造货不断;出版下游的营销人员,更是音频视频直播带货,持续破圈跨界。原创出版产业链的每一个环节都在热热闹闹地尽心尽力,然而,我们的文学图书市场又怎一个“兴兴隆隆”了得?

作为一个文学编辑,我所感受到的,是初版图书印数断崖般地在下降和收缩,在读者心中能激起回响的集中在几个耳熟能详的作家和他们的作品,大量文学原创图书出版便以低于万册的印数进入浩瀚的图书市场,能脱颖而出露出水面机会微乎其微,出版社敲锣打鼓使尽浑身解数,基本是声势

大收效小,文学原创出版很多时候是在依靠拼命拉长产品线,来弥补单品图书印量的不足,而这样做的后果更是加剧了单品效益的持续下降。在热闹繁荣的背后,实在是每个环节的精力力竭,所谓原创能力的提升只是“看上去很美”。

究竟是哪里出了问题?围绕着破解之法,作家抱怨出版社惟利是图,编辑抱怨作者创作力不足,营销抱怨选题毫无新意,市场抱怨图书宣传缺失,读者抱怨好书不多,最后,矛头一致地抱怨今天的读者远离了文学。

今天我们是否真的远离了文学?如果要我对文学做一个定义,我更愿意把它比作是——密码,不是可以理解为,文学,尤其是诗歌、小说就是一种密码文本?创作就是在设计密码,文学的阅读之所以迷人,有一个重要的方面就是这是一个破译密码的过程,而每个读者其实都有一套自己的密码破解方式,好的文学,可以被破译出无数意义。而倒推到创作领域,其实也一样,作家是密码师,他把命运的哲理和入世的情感,编制进自己的密码系统中,好的作家都是密码高手。作家、编辑、读者,以文字为码,编制、传播、破译,构成了一个完整的生态圈,各个环节都在生态圈里互生互融互相影响,而我想说的是,今天,从创作到出版到营销到阅读,我们都在被巨量的信息所挟持,被日新月异的世界弄得无所适从,被传播介质的创新逼得惶惶不可终日,编制的人失去了从容,传播的人失去了底线,破译的人失去了耐心,随之而来的是焦虑,是眩晕,是急功近利中的迷惑,是在坐不住等不及中失去了一颗平常心。

文学的核心质地从来没有改变过,改变的是我们。我们早已经听不见风声雨声落花声,我们的耳朵里只有整日喧哗。

信息社会不能对文学形成巨大冲击,因为文学不是信息,它是流水有痕地把社会的、时代的、历史的、心灵的、审美的元素——融进脉络,成为一个有机整体,把现实和思想送入人心,奈何要把文学强行肢解或毫无意义的一地碎片?传媒介质的革新也不能对文学形成根本威胁,因为文学的传播根本在于核心内容的优质,那是时光都淘洗不走的坚挺,奈何非要电光声披挂上阵;而新媒体时代的来临更不会让文学形成最终打击,文学永远是用心灵破解古老文字密码的高级互动,奈何只阉割出故事吸引眼球。

纷纷扰扰,迷眼乱心,莫衷一是,有时想,阅读其实是最个性最私人化的情感和智力活动,就像密码的编制和破译,那是安静地寻找灵魂的契合,而存在于文字中的写作、出版和阅读,为什么今天要向声光电低头,似乎只有声光电俱全才是我们这个时代的表达,如果以文字为职业的人都不能捍卫文字的生存和尊严,而是“与时俱进”地用种种新技术和别样的手段消解文字的核心地位,那么我们的文字是不是有一天将永远消失在未来深处,连同我们的文学创作、出版、阅读,连同我们的历史、血脉和气息?

也许此刻应该寻找文学出版最初的起点,抱持古老文字的人,当然不能积古不变,但需要首先学会坚守,像坚守一块田地一汪炉火,因为和种地、手作一样,那是需要时间打磨的职业,需要时间加持的事业,需要摒弃很多杂念专注一心的职业,它存在于时间的纵轴上,没有时间就没有文学,没有等待就没有文学,没有静气就没有文学。写作是手艺,出版也是手艺,寂寞和安静就是本分,手艺人要熬的不就是时间、专注、认真和投入?众声喧哗目迷五色中,认清自己,在寂静中聆听和耐心。

且闲看落花静做书。

闲看落花静做书

□谢锦



创作就是在设计密码,文学的阅读之所以迷人,有一个重要的方面就是这是一个破译密码的过程,而每个读者其实都有一套自己的密码破解方式,好的文学,可以被破译出无数意义。

提升IP时代的原创文学传播力

□张懿



原创文学出版的未来,文本质量仍是核心,文化产业对优质IP的渴求将与原创文学出版相互驱动。

从读“纸”时代到读“屏”时代,原创文学与图书出版共同经历着一场深刻的变局。市场成为衡量文学作品价值的重要标准之后,传统原创文学一直坚信的“内容为王”受到了“渠道为王、流量为王”的无情挑战。原创文学作家在进行文学创作时不得不考虑作品出版后的市场效益,而出版方也将作家个人的创作转化为社会共享时也会更加看重市场的回报。以销量、码洋、上榜次数、粉丝数量、点击率、影视转换等等指标构成的“传播力”,成为了当下原创文学出版绕不开的一道坎。

以原创文学网站和自媒体为平台的网络文学活动,催生了新的文学生产机制,在文学生产方式上实现从创作到制作的根本性转变。网络原创文学IP已经实现了全产业链运作,多平台互动和向传统出版机构反向输出版权,将文学作品延伸到全民的“泛娱乐”。由胡润研究院与猫片联合推出的“2020年原创文学IP价值榜”,通过全网的阅读量、月票量、推荐量和收藏量的大数据做出初步筛选,由业内

资深文学编辑根据作品影响力、文学价值和历史转化价值综合评分后排列出结果,从文学平台专业数据、百度公共数据、资深编辑人数据,多维度较为全面地排列了100个国内最具价值的文学IP,百强作品中玄幻类题材最多,其次为言情类、仙侠修真类、悬疑类、历史类。

与创造了辉煌的市场化价值的网络文学相比,注重文化积淀、内容厚重的传统原创文学出版IP受制于内容改编难度较大,开发成本较高,市场前景不够明朗的因素影响,在当代多元化文化产业中的竞争力相对较弱。如果要获得长远的发展,需要及时融入新的行业形态,积极拓宽内容源头,挖掘传统文学作品在现代社会的崭新内涵,才能焕发传统文学的生命力。

这其实也是出版业下面临的热点课题之一,就是如何以融合发展带动创新升级,应对数字化时代的挑战。以往,我们的着力点是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。而未来,

我们还要对此做出改变,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。文学出版的优质“内容”标准之一,是要能适应数字化时代读者的阅读趣味与文化消费方式。

网络文学IP的市场价值虽然耀眼,但因资本的强势注入,也带来了另一方面的困境:过分看重其商品属性而忽略了其文化属性。商业化生产机制因日趋激烈的市场竞争而出现僵化。如何引导作者公平有序地竞争,生产高水准的作品,在娱乐化与经典化之间获取更好的平衡,知识产权保护意识的普及,都是未来发展中需要突破的瓶颈问题。

当下的中国进行着广泛而深刻的历史变革,进行着宏大而独特的实践创新,为原创文学的出版提供了强大动力和广阔空间。近年图书市场中文学艺术类图书的市场份额稳中有升,人民群众的文化消费水准不断提高,也显示着文学出版大有可为。传统原创文学作为优秀文化艺术成果的载体,承担着在新时代传播民族精神内涵的责任,不应该在当今的文学IP大潮中走向枯萎,优质原创文学的创作和出版仍然令读者充满敬意和期待。需要保持清醒的是,推进原创文学出版的内容供给侧改革同样任重道远。互联网技术和新媒体改变了文艺形态,催生了一大批新的文艺类型,也带来文艺观念和文艺实践的深刻变化,文艺作品个性化需求成为阅读需求的主流。传统文学原创作品的出版虽然在数量和规模上取得了长足的进展,但佳作仍显不足,有“高原”缺“高峰”,名家与新人的比例仍有差距。再加之,出版质量良莠不齐,亦有少数文艺出版

物格调不高、粗制滥造,造成不好的社会影响,这既是对出版资源的一种浪费,也给读者带来了困扰。

近年来,花城出版社在原创文学出版方面有所坚守,亦有所突破,以《花城》《随笔》两个重要的文学期刊作为旗帜,打造出版全链条,整合出版资源、作者资源、发行资源和传媒资源优势,建设线上线下相融合的阅读空间,建设作者、读者、编辑共同交流对话的精神家园,推出了一系列双效突出的重要作品,如获得茅盾文学奖的王蒙长篇小说《这边风景》,获得“五个一工程”奖和“中国好书”的《中国桥——港珠澳大桥圆梦之路》,获得中华优秀出版物奖和“中国好书”的李娟散文集《遥远的向日葵地》,获得“中国好书”的李佩甫长篇小说《平原客》、蒋韵长篇小说《你好,安娜》等等。除了名家作品,我们也与百万级公众号联合打造了何祯皮的原创作品《没药花园——爱与恨是相互的解药》,出版了热播电视剧《小舍得》《小欢喜》《小别离》的同名小说,打造直面社会热点的“中国教育四重奏”系列小说。

原创文学出版的未来,文本质量仍是核心,文化产业对优质IP的渴求将与原创文学出版相互驱动。作为文学出版者,坚定“好作家决定好作品,好编辑打造好作品”的理念,以原创力和编辑力的聚合来提升作品的价值和传播,全力推进融合出版工作,让“书”不仅仅是“纸书”,“原创文学”出版也不仅仅是“出版”,而是面向全产业链、全用户、全渠道、全平台的全方位内容生产和营销,拓宽原创文学的衍生空间,满足读者越来越多元化和个性化的文化需求,才会迎来一个更好的未来。

