

“两个计划”工作推进暨长篇小说创作座谈会发言摘登

为伟大时代画像立传

□臧永清

出版社作为文学事业链条的一环，能为推动长篇小说繁荣发展做些什么？应该如何使“两个计划”更好地发挥效用？

一是要坚持精品战略。始终把提高作品质量视为生命线，只有内容选材严、思想开掘深、艺术创造精，才能让作品真正立得住、传得开、叫得响、留得下。二是要坚持整体布局。要持续追踪、研判小说创作趋势，确定重点关注作家，深入了解作者中长期写作计划。要重视培养文学新人，全流程、多路径地助力青年作家成长。三是编辑要与作者携手同行。历史上，冯雪峰与杜鹏程、龙世辉与曲波、秦兆阳与路遥、何启治与陈忠实等，都留下了这方面的佳话。编辑不仅要深度参与作品的创作、修改过程，还要有意识地推动作家扎根生活、明确方向，帮助其发现线索，酝酿选题。四是要秉持工匠精神。要进一步创新选题论证机制、作品改稿机制等，进一步提升重点长篇小说的品质。五是要创新传播模式。出版社要积极拥抱新媒体，让优质作品更精准、更有效、更广泛、更便捷地触及目标读者。六是要始终关注现实。出版社选择的作家，应该具有从“小我”走向“大我”的志向，具有更上层楼、纵观全局的视野。出版社应秉持深沉的历史情怀、高远的审美追求，通过优秀长篇小说的出版积极主动为伟大时代画像立传。

(作者系人民文学出版社社长)

日常生活也能写出大视野

□周景雷

“两个计划”实施以来，辽宁省作协组织和推荐作家作品积极参与，也设立了“新时代辽宁文学山乡巨变创作计划”“新时代辽宁文学群峰叠峙计划”和“新时代辽宁文学火车头创作计划”三个省级文学发展计划，重点支持和引导长篇小说的创作。

在“新时代山乡巨变”主题下，今年我们发布了11个选题方向，包含了乡村振兴、工业发展、传统文化、民族融合、红色文化等，引起了作家的热烈响应。

一般而言，审美、教化 and 娱乐是文学的基本功能。一位作家创作长篇小说时综合考虑这些因素，才能使作品变得视野开阔、背景辽阔、指向宏阔。这并不是要求作家在长篇小说创作上专门写宏大题材，日常生活也能写出大视野。辽宁省作协这几年加大了在这方面的主题引导。

一部优秀的长篇小说，能够给人提供陌生的、新鲜的审美感受，但如果不蕴含在公共性经验中，很难成为有影响的作品。从这个认识出发，辽宁省作协近年来协调作家进企业、进乡村定点深入生活，设立“金芦苇”长篇小说创作扶持计划，举办不同层级的长篇小说改稿会、版前研讨会，不定期举办长篇小说创作推进会。这些是文学创作实践的问题，也是文学生成的理论问题。

(作者系辽宁省作协主席、党组书记)

生活就是“沉睡的群山”

□韩敬群

长篇小说创作者要有深厚的情怀与阔大的胸襟，把长篇写作当成一项可以奉献终身的志业，不求一时之虚声，不图诱人之心，把心交给读者，笔墨不负历史。

我们要坚持以原创性作为长篇小说创作与出版不可动摇的基石。原创文学因其对人类审美经验的个性表达而成为创作与出版的“驱龙之珠”。我听欧阳自远先生讲过，当年他们是唱着“唤起沉睡的群山，让它向祖国献出宝藏”进山找矿的。生活就是“沉睡的群山”，只有不畏艰难的作家，才能开掘出自己的“宝藏”。鲁迅先生所说“无穷的远方，无数的人们”就是我们原创的源泉。当然，生活不只在远方，它也在可视可触的日常之处。“随人作计终后人，自成一家始逼真。”长篇小说作家必须坚持“修辞立其诚”，“我手写我口”，才能够创造出“属于自己的句子”，开创独属于自己的文学天地。

现在的长篇小说动辄30万字左右，好像不如此就不够分量。按照当代生活的节奏，越来越长的长篇只会越来越远离读者。在中国文学走出去、讲好中国故事的过程中，过于冗长的篇幅实际上也构成了海外输出的障碍。

(作者系北京十月文艺出版社总编辑)

好作品是精心“磨”出来的

□陈新文

当前长篇小说的优质原创内容仍显不足，既叫好又叫座的“双效”突出作品稀缺；部分作品存在主题先行而文学性不足的问题，作家对现实生活的深入挖掘和艺术转化能力有待提升。建议在现有“两个计划”基础上，进一步加大对长篇小说的系统性扶持力度。

好作品是精心“磨”出来的。建议建立由中国作协牵头，出版社、期刊社和评论界共同参与的重点作品全流程培育机制。出版单位也应强化编辑的全程参与，使编辑不仅是文字加工者，更是能与作家同频共振的“第一读者”和创作伙伴。

青年作家是文学创作的未来。建议整合作协、出版社、文学期刊资源，推出更具系统性和延续性的青年作家培养计划。由文学期刊提供作品首发和评议平台，出版社负责后续成书出版与深度推广，形成从发现、培养到推广的闭环。建立“文学作品影视改编潜力评估体系”，为具有改编潜质的作品提供从创作中期开始的针对性指导，使更多优秀小说能够成功“迁徙”到银幕荧屏。

编辑是文学精品的“守门人”和“助产士”。可建立“文学编辑业务轮训制度”，确保骨干编辑每三年至少有一次深度培训机会，为提升原创文学整体品质奠定坚实的人才基础。

(作者系湖南文艺出版社社长、《芙蓉》杂志社社长)

紧贴时代变化，回应读者需求

□张懿

当下长篇小说存在精神重量减轻、历史感弱化的倾向；许多作品过于注重故事的表层叙事，缺乏对时代精神的深刻把握；有的作品同质化现象比较严重。

2024年诺奖得主韩江的《素食者》通过一个看似简单的故事，触及了人类普遍的生存困境；2025年诺奖得主拉尔斯的《撒旦探戈》以其极端的形式探索实现了文学表达的突破。国内的长篇小说创作，在将个体经验升华为人类共通情感方面还有很大的提升空间。作家应更坚定地深耕长篇小说的艺术本体，强化思想深度、人性洞察和语言魅力。长篇小说的繁荣需要优化创作扶持机制，引导作家从追逐潮流回归文学本体，进行研究型写作与扎根式写作。引导作家与时代对话，主动向时代发问。长篇小说的繁荣还需要构建多元文学评价体系。对于旨在探索艺术边界的实验性作品，应更看重其创新价值；对于追求史诗品格的厚重之作，应更侧重其思想深度和历史厚度；对于面向大众的佳作，则应肯定其流畅的叙事和广泛的影响力。

长篇小说的读者群体不断年轻化，产生了不同的阅读需求、文化需求、审美需求。作协、出版机构和作者，要紧贴时代的变化，回应读者的需求，培育新的文学读者。

(作者系花城出版社社长、《花城》杂志主编)

文学需要关心人类的未来

□曹元勇

近年来，读者阅读方式、阅读趣味的巨大变化，数字化技术的无情冲击，图书市场的剧烈震荡等，都对长篇小说的创作和生产产生了影响。但是从文学创作的本质来看，决定创作结果的关键因素还是在作为创作主体的作家身上。每一位有抱负的中国作家都应该怀有“写出伟大的中国小说”的理想，把追求卓越、攀登高峰作为自己创作的根本遵循。

中国作家都应该怀有“写出伟大的中国小说”的理想，把追求卓越、攀登高峰作为自己创作的根本遵循。当很多作者急功近利地抢占题材和素材，不能真正沉潜到所书写对象的内部，与之同频共振、产生共情。这种创作状态产生的结果是：作品的价值和成就不是体现在艺术的成熟和创新上，而是体现在作品所追踪、所反映的时代素材和表层现实经验上面。

用阿来先生这几年经常提到的一个观念来说就是：我们已经来到了一个科学的时代。我们的文学创作应该打破传统文学经验的局限，融入更多科学的维度，对影响和改变人与社会、人与自然、人与世界、人与人、人与自我关系的诸多事物做出回应。文学创作除了探索和表达已知的世界、已知的历史，也需要关心人类的未来，关心人类命运共同体在无限宇宙中的未来。

(作者系浙江文艺出版社常务副社长)

发挥期刊“春江水暖鸭先知”优势

□钟红明

长篇小说作为文学创作中的“重工业”，承载着记录时代精神、探索人性深度与展现艺术创新的多重使命。然而，在当前文学创作实践中，长篇小说创作也面临着诸多结构性困境与艺术瓶颈。这些瓶颈既体现在文本形式与思想深度的平衡上，也反映在创作心态与艺术耐力的持久性上。作家应在传统故事、人物塑造与现代叙事技巧之间寻找平衡点。而文学期刊应发挥“春江水暖鸭先知”的优势。传统上，文学期刊与作家的沟通频繁，文学期刊在长篇组稿和改稿上具有不可替代的优势，杂志能够第一时间把控作家的创作态势，也能第一时间对原稿进行分析和修改，第一时间获得来自市场和读者的反馈，为图书出版打下坚实的基础。但当下却呈现“书刊互相抢跑道”的现象，没有留给杂志、出版合适的时间窗口。

无论传媒时代的技术如何进步，载体发生怎样的变化，人们对优秀的原创文学作品总是有着渴求。对语言、对审美、对文学想象力和思想穿透力的重视，是传媒时代文学区别于其他样式的存在理由。时代赋予了文艺创作广阔的空间，对浮躁的急功近利的创作予以拒绝，刊发把握时代脉搏、写出人性和人心、经得起时间考验的文学精品，才是出版单位的努力方向。

(作者系《收获》杂志执行主编)

推动长篇小说从产品回归作品

□潘岳

如果将目前长篇小说创作所存在的问题比喻为“锁”，那么，作为出版单位，我们需要努力为其提供几把钥匙。

题材趋同、视野狭窄，是第一把锁。可以进一步完善“深扎”制度，鼓励作家在一个地方连续生活6个月以上，真正融入当地社会结构与人际网络。人物扁平、情感虚假，是第二把锁。为了防止长篇小说人物成为作者个人观点的传声筒，刘震云在《一句顶一万句》里的解决方案是让“废话”成为人物的社会身份标识，这就让作品超越了简单的故事叙述，达到了艺术真实与生活真实的统一。结构松散、叙事乏力，是第三把锁。建议“两个计划”推动跨学科调研，提升作家的社会认知能力，同时可以引入创作导师机制，对重点选题进行一对一跟踪指导。思想深度不足，是第四把锁。建议“两个计划”与高校、智库、地方政府合作，围绕乡村振兴、基层治理、文化转型等主题，组织跨学科调研，邀请社会学、人类学、经济学专家共同参与，帮助作家建立更完整的知识框架。

最后一把锁，是创作生态浮躁。建议设立“慢写作”专项基金，支持作家用3到5年时间完成一部长篇。鼓励作家在出版后根据读者、批评家反馈进行修订，推出修订版，推动长篇小说从产品回归作品。

(作者系中信出版集团副总经理)

提升编辑眼力和营销能力

□阳继波

当代长篇小说整体上让人觉得特别惊艳的作品不多；人物形象有似曾相识之感，不够立体丰满；语言和修辞缺少个性和辨识度。新媒体、新技术的发展，开拓了读者阅读视野，对长篇小说创作提出了更高要求。

当代长篇小说如何“出圈”，是摆在作家和出版机构面前的一个重大课题。营销越来越转向网络自媒体，影视剧也有一定的拉动效应。地方文艺出版社长篇出版能力和资源相对不足，缺少规划和定力培养年轻作家，名家作品面临品牌社和民营出版机构的激烈竞争。如何为长篇小说的发展出力？提升编辑的眼力和营销能力是首要任务。

我们的经验是要抓题材，在主题出版上发力。抓作品质量，集中资源做重点作品。每年精选两到三部重点作品，整合社资源打造精品。

地方文艺出版社要注重服务本地作家，实施长篇小说提升计划，构建作家、编辑、出版社三方协同机制。同时着眼未来，培育有潜力的年轻作家。出版发行加强渠道建设，构建营销矩阵，充分利用网络资源加强营销。

(作者系长江文艺出版社副总编辑)

让更多青年作家作品被看见

□李伟长

从出版社的行业角度观察，我们遇到不少技术难题，更准确地说应该是挑战。比如互联网所主导的算法系统比较多地关注头部效应，这就导致不少富有潜力、各具特色的长篇小说，其传播力、影响力与作品本身的价值未能完全匹配。这种现象是我们文学创作出版从“高原”迈向“高峰”的征程中，在传播、接受与价值实现环节所面临的新挑战。“顶流”“热流”之外，其实“潜流”更需要关心。我们要多关心文学新人，借助“两个计划”的整合力量，建立更加开放多元的长篇小说发现和出版机制；建设青年攀登队，鼓励优秀评论家、卓越阅读推广人与青年作家结对，让更多青年作家作品被看见、被筛选。

“两个计划”的核心要义之一是激发作家创新创造活力，推出精品力作。我们可以尝试“回头看”，对列入“两个计划”的代表性作品，有选择性地启动第二次乃至第三次营销支持计划，鼓励、支持出版单位和创作者以当代文学经典化的思路进行营销推介工作，不断扩大传播的深度与广度，坚持长期主义，一步一步扎实地攀登高峰。“两个计划”鼓励文学作品通过多种艺术形式转化、跨界融合，反哺文学创作本身。未来顺应信息技术发展潮流，文学作品要争取渗透进游戏、动漫、二次元产业中去。

(作者系上海文艺出版社副社长)

可读性是文学的基本要求

□李黎

过去的25年，最大的变化是互联网的普及。从世纪初充满仪式感的上网、少数人的上网、昂贵的上网，到如今互联网进入生活几乎所有领域、所有人，这是巨大的现实。但这个现实在当前长篇小说里其实体现得非常少。互联网生活的具体内容见诸长篇小说的很少，互联网带来的一些特质在长篇小说中更显缺乏，比如超级链接、平行时空等。

现在不少长篇小说的可读性仍有不少提升的空间。叙述节奏慢，客观上会导致阅读感受不佳，但未必导致可读性不强，这里说的是一些长篇小说的作者主观上对可读性不重视乃至抵制。长篇小说本身就意味着可读性，而可读性往往也是文学的基本要求。优秀的长篇，是一个可以让各行各业、各个年龄段、各个地域的人在同时时间步入其中都会有所收获的公共空间。没有可读性的长篇小说意味着变成一个封闭空间。很难想象有这么一个空间，虽然它特别重要，但可读性上却如“闲人莫入”般封闭。

作家主观上对可读性的忽略，更多可能还是追求“艺术的语言”，但事实上“语言的艺术”更为重要。

(作者系江苏凤凰文艺出版社副总编辑)

协调好长篇创作的三个矛盾

□陈培浩

“两个计划”推出以来，催生了一批文学质量和读者口碑俱佳的作品，但当下长篇小说创作仍存在一些值得关注的问题。

不少作品中的生活是通过采风或知识搜集而来的“二手生活”。理想状态下，作家所写的是化入自己生命中的经验和生活。作家能否将生命融进生活中，再将与自我生命融于一体的生活汇聚笔端，是其小说中能否有生活的关键。

其次，不少长篇小说缺乏有效的结构和方法论。结构在很大程度上是长篇小说成败的关键，某种意义上，结构就是长篇小说方法论的核心。优秀的长篇小说，不能没有深刻而独特的结构意识和结构探索。还有不少长篇小说缺乏厚重的思想和对世界的整体性判断。文学“高峰”意义上的长篇小说，不能只有故事和人物。

推动新时代长篇小说创作的发展，必须协调好以下三个矛盾：一要协调长篇小说价值引领性和作家创新创造活力之间的矛盾，避免对主题口号式的处理。二要协调读者口碑与艺术探索之间的矛盾。优秀的长篇小说，既要抵达万千读者，又不能放弃艺术探索。三要协调新媒体环境叙事新变与传统叙事资源赓续之间的矛盾。作家既要看到、因应新的时代和媒介语境，又要从古今中外丰富的叙事资源中获得启示。

(作者系福建师范大学文学院教授)