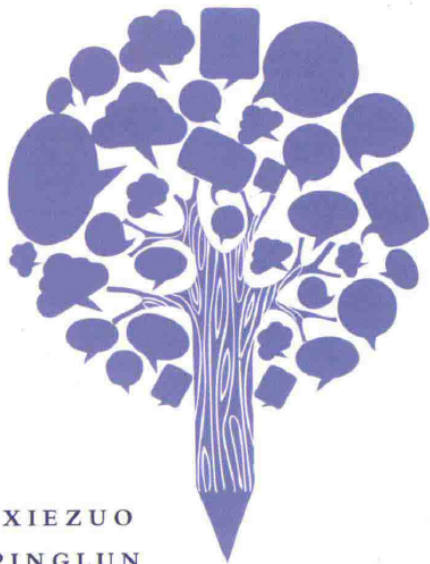




陈邑华 编著
郑榕玉

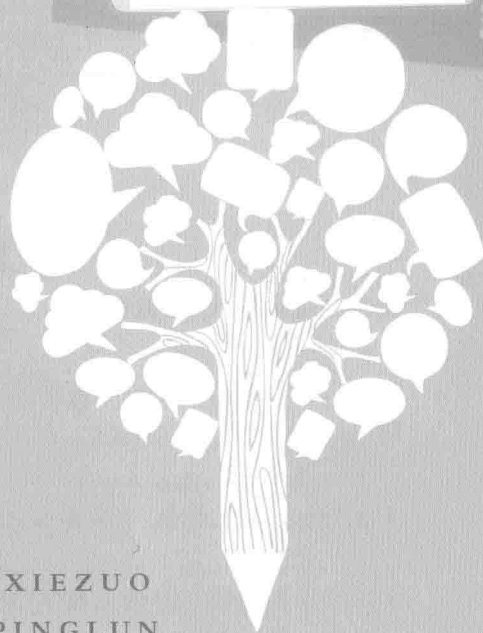
CHUANGYI XIEZUO
XUSHI YU PINGLUN

创意写作 ——叙事与评论

本书注重创意写作中叙事、评论能力的训练与提高，设置写作理论与文体训练相结合的体系，主要章节基本按照“文体界说——文体特征——写作要点——写作训练——延展阅读”的体例编排，是适合大学本科教与学的写作教材。



厦门大学出版社 国家一级出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS 全国百佳图书出版单位



陈邑华 编著
郑榕玉

CHUANGYI XIEZUO
XUSHI YU PINGLUN

创意写作 ——叙事与评论



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

创意写作:叙事与评论/陈邑华,郑榕玉编著. —厦门:厦门大学出版社,2019.1
ISBN 978-7-5615-7284-9

I. ①创… II. ①陈…②郑… III. ①汉语—写作—高等学校—教材 IV. ①H15

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 299658 号

出版人 郑文礼
责任编辑 刘 璐
封面设计 张雨秋
技术编辑 朱 楷

出版发行 厦门大学出版社
社 址 厦门市软件园二期望海路 39 号
邮政编码 361008
总 编 办 0592-2182177 0592-2181406(传真)
营销中心 0592-2184458 0592-2181365
网 址 <http://www.xmupress.com>
邮 箱 xmup@xmupress.com
印 刷 厦门集大印刷厂

开本 720 mm×1 000 mm 1/16
印张 13.25
插页 1
字数 250 千字
版次 2019 年 1 月第 1 版
印次 2019 年 1 月第 1 次印刷
定价 52.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社
微信二维码



厦门大学出版社
微博二维码

目 录

绪论 应用型人才培养视野下的创意写作·····	1
第一节 创意写作的界定·····	1
第二节 富有特色的“互联网+”创意写作平台建构·····	6
第三节 教材框架体系与教学内容·····	11
思考与训练·····	15

上编 创意叙事与评论能力培育

第一章 创意观察与描摹·····	18
第一节 创意观察的内涵·····	18
第二节 创意观察的要求·····	22
第三节 创意观察的生动描摹·····	24
思考与训练·····	30
延展阅读·····	32
第二章 创意感受与表达·····	33
第一节 创意感受的内涵·····	33
第二节 创意感受的要求·····	35
第三节 创意感受的巧妙表达·····	44
思考与训练·····	47
延展阅读·····	47
第三章 创意想象与描述·····	48
第一节 创意想象的内涵·····	48
第二节 创意想象的要求·····	53
第三节 创意想象的独特描述·····	55
思考与训练·····	62
延展阅读·····	70

第四章 创意理性思维与评论	71
第一节 创意理性思维的内涵	71
第二节 创意理性思维的要求	76
第三节 创意评论	78
思考与训练	93
延展阅读	94

下编 创意写作为文体训练

第五章 非虚构叙事——散文写作	96
第一节 捕捉触动点	97
第二节 梳理行文脉络	99
第三节 深化情思	102
第四节 追求诗性表达	107
思考与训练	112
延展阅读	116
第六章 虚构叙事——小说写作	118
第一节 生成故事	118
第二节 设计情节	124
第三节 塑造人物	129
第四节 锤炼语言	132
思考与训练	146
延展阅读	147
第七章 网络新媒体叙事	148
第一节 网络新媒介时代的叙事文本形态	148
第二节 作家身份想象:作为粉丝圈书记员及其创作的可能性	154
第三节 盗墓小说:在论坛与网络文学车间里面的创作	159
思考与训练	165
延展阅读	166
第八章 网络评论及其话语方式	167
第一节 跟帖评论:网络新闻下面的语言故事	167
第二节 移动新媒介言论新特性:微信群的信息引导方式	175
思考与训练	185
延展阅读	185

第九章 论文写作.....	186
第一节 寻找论题.....	186
第二节 收集资料.....	190
第三节 拟写提纲.....	193
第四节 撰写论文.....	195
思考与训练.....	200
延展阅读.....	206
后 记.....	207

绪论 应用型人才培养视野下的 创意写作

第一节 创意写作的界定

一、创意写作内涵的认知

创意写作(Creative Writing)又称创造写作、创新写作,是一个舶来概念。创意写作 20 世纪 20 年代末兴起于美国,是写作教学革命形成的一种文学教育模式,其后作为新兴学科逐步推广到世界各地,中国大陆大致在 2007 年^①引入创意写作,经过理念、模式引入,本土化创建,现已进入快速推广阶段。

目前,创意写作在学科定位、定性、定向等方面尚无共识。关于创意写作的含义有:“就是我们通常说的文学创作”^②“是一切创造性写作的统称”^③“是美国等国家在文学创作中应用的一种教学模式”^④等各种不同说法,而影响最大的是创意写作在我国最积极的研究者、推动者葛红兵所下的定义:“创意写作是指以文字创作为形式,以作品为载体的创造性活动,它是文化创意产业链

① 我国台、港、澳地区引入这种教学模式较早,大陆的引进时间则有 2004 年和 2007 年两种说法,到 2009 年开始真正意义上的学科建设。至于语词层面的创新写作、创造性写作等提法,无论在台、港、澳地区还是大陆,出现都要更早一些。

② 多萝西娅·布兰德.成为作家[M].刁克利,译.北京:中国人民大学出版社,2011:译者序 2.

③ 张永禄.创意写作:中文教育改革的突破口(上)[J].写作:高级版,2013(13):4-7.

④ 戴凡.国内外创意写作与研究[J].中国外语,2017(3):64-73.

最基础的工作环节。”^①

上述各种说法,各有所见,又都不同程度存在一些需要面对的问题。我们知道,定义一个概念,必须遵守逻辑规则,必须明确其内涵和外延,最佳定义只能有一个,不可能多定义。按照这一原则看上述各种关于创意写作的定义,都有进一步讨论的空间。之所以出现这种状况,一方面是由于创意写作在美国产生之日,就重实际操作、重经验、重方法而不重理论。而我国学者强调理论实践并重,但毕竟时日尚短,有待进一步研究。另一方面则由于创意写作在发展过程中,不同国家、不同地区、不同学校在人才培养目标、对创意写作范畴的把握上有两种主要模式,以美国为代表的集中于文学写作培训,即培养作家的模式;以英国为代表的文化创意写作培训模式。我国的创意写作也大致分为以复旦大学、北京师范大学为代表的培养作家和以上海大学、北京大学为代表培养文化创意产业复合型人才两种模式。正是由于上面的原因,创意写作概念的内涵和外延存在着模糊交叉的现象。

我们认为,处于创建时期的创意写作,方兴未艾,虽然在有关研究方面难免粗糙混杂,众声喧哗,但却生气淋漓、势头强劲,因此,不必拘囿于细枝末节,不妨任其自由生长,待到实践经验丰富时再加以总结规范。但是,不论如何定义创意写作,创意写作的几个核心理念和显著特点是公认的,也是我们必须了解把握的:其一,创意写作的核心观念认为作家是可以培养的,写作是人人可为的。在创意写作看来,文学写作是一种可以训练的行为,这就打破了作家不能培养,作家出于灵感、天才的成见,让文学写作成为一种可以教授培训的技能。其二,创意写作在教学制度上以写作工坊和作家授课著称,这为培养作家提供了有效途径和基本保障。其三,在一些学者看来,创意写作的创意是第一性的,写作是创意的物化形态,是工具性的。其四,创意写作的三个特征是创意性、商业性、实践性。^② 上述各点对理解认识创意写作至关重要。

二、创意写作的学科认知

我们对创意写作学科主要从以下三个层面理解把握:

第一,创意写作学科方向是当前国内外文学专业向应用型转型的一个比

① 葛红兵,高尔雅,郭彩侠.高校中文教育改革与“创意写作”学科建构[J].当代作家评论,2014(5):180-186.

② 陈晓辉.中国化的创意写作学科体系猜想[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2016(1):85-89.

较重要的方向。从创意写作着力强调为文化创意产业提供核心的复合型从业人员这一点看,创意写作跟我们熟悉的基础写作和应用写作的重大区别,是在于它打破了纯文学创作和基于特定目的的应用写作之间的传统界限,将纯文学的创造性、个人性与应用写作的目的性、实用性相结合,这就为我们立足汉语言文学传统的人文艺术优势,以学生写作能力的培养作为突破口,寻求与新媒介传播、影视文化创意、地方文化创意开发等行业有效对接提供了可能。它培育的是学生在产业需求之中的写作思维、写作能力和创意设计。因此,从创意写作与应用型高校的实际情况看,创意写作在汉语言文学专业应用型转型过程之中具有重大战略意义。

第二,创意写作作为写作课程改革提供了一条有效途径。从写作课程教学改革和写作教学的有效性看,创意写作是一种成熟、高效、可行的教学模式。创意写作异军突起,引起众多高校的重视,引发如此之多的写作学研究者、写作教师的兴趣,并在短短几年间有百余所高校或创办创意写作专业,或开设创意写作课程,除了其适应文化产业大发展的社会需要、良好的就业前景之外,吸引人们普遍关注的恐怕还是其作家可以培养的革命性理念,写作工坊、驻校作家等制度安排,切实有效的操作性、程序性、可行性的教学模式。虽然早在20世纪80年代写作学界就提出了理论的高层次和训练的科学化,但高层次理论研究至今已有了相当的深度、高度、广度,成绩显著;而训练的科学化却乏善可陈,一直没有明显的进展,某种程度上成为制约写作教学发展的瓶颈。创意写作教学模式的引进,恰好可以弥补这一短板。

第三,创意写作是文化创意产业的驱动器。欧美创意写作对文化产业繁荣发展起到了巨大推动作用,甚至被称为文化产业的“发动机”,这深刻启发我们,在构建文化强国之路上,创意写作大有可为。从创意写作与文化产业的关系看,除公认的创意写作可以为文创产业提供复合型创意人才,而文创产业能够为创意人群发展创造根本的文化环境和平台这样的直接关系外;更重要的还在于文化创意产业是技术、资本、文化相融合的产物,在文化产业经济中,文学的故事是内容开发的部分,占据着非常核心的位置。在创意写作视野下,写作是在一定目的引导下的一种创造性的行为。有目的、有意图的写作是写作者结合社会的或产业的特定需要,以产生特定的传播效果为目的的创造行为。随着文化产业经济的兴起,文学内容成为影视剧、话剧、戏剧、广告、游戏甚至旅游业的重要内容来源。尤其是随着新媒介的发展,在文化产业经济生产过程当中,技术越来越简便,导致内容开发的重要性越来越突出。比如在一部网络肥皂剧里面,拍摄技术和传播技术现在非常廉价简便易操作,因此,能否

取得良好的传播效果,内容日益成为首要的因素。文化产业经济对文学的利用越来越广泛,而我们的写作却依然停留在创造与应用的两分法当中,后者作为一种应用文类主要是一些模式化的、没有创意的事务性文书,而大量适合新媒介、新经济需要的写作,却是需要文学的创意能力加入,这一类的写作长期缺乏研究,更缺乏科学的系统训练。创意写作具有跨学科的特性,因此写作过程之中必须结合传播媒介、产业形态的需要做一些相应的调整改变。如福建编剧写的一部剧本的开头:一个是“一队马帮行走在沙漠上”,另一个则是“丐帮在海岛上聚会”。对于传统的写作来说,只是几个字的区别,但是对于创意写作来说,在这两句话的背后,是成本和效益的不同。对于福建的投资商来说,拍摄马帮和沙漠与拍摄丐帮和岛屿相比,显然后者在经济上更为合算。从这里,我们可以看到创意写作的写作活动必须要熟悉不同行业,必须充分考虑商业因素。

除了要结合文化产业经济的具体要求,创意写作还要考虑到传播媒介、传播技术。在文字传播为主导的时代,写作的要求有自己的规律,在网络传播时代,写作的要求也有自己的规律。不同的传播媒介下,写作形式和文本形式都正发生着深刻改变。因此,创意写作还是一个传播学的问题。但是无论创意写作和经济、产业以及传播技术有着什么样的关联,它的内核是写作,写作的基本规律基本要求依然在其中起主导作用。因此,创意写作的学科认知,可以归纳为在新经济、新媒介条件下的写作形式的新形态。

三、创意写作的前景展望

创意写作是文学学科与新媒介、新经济相结合下的产物,是文化产业经济模式下产生的大量写作需求下的写作新形态,无论对于文学——纯文学本身还是对于应用文类而言,都具有非常重大的意义,而且有着广阔而难以限量的发展前景。

首先是新媒介传播下的写作前景。网络新媒介不只是一种信息的传播方式,它还正深刻改变着我们的写作。如新媒介传播条件下,我们熟悉的诗歌、小说这样最为传统的文类都在发生着深刻的改变。我们的写作形式、写作语言都要由此更新。“文变染乎世情,兴废系乎时序”,文类作为文章的辨别识读和规训机制,在不同的历史阶段总是有着不同的面貌。从文类的划分到文类的等级体系,时代环境无疑都会使它们的内在关系发生改变,尤其是在一些重要的时代节点,大规模的社会文化革命如“五四”,大规模的新技术革命如近代工业革命都带来了文类系统性的甚至整体性的调整变换。文类变化的速度现

代以来有加速的趋势,如从文学现状来看,传统文类体系及其规范走向瓦解,文类面临着再分化已经成为当前文学演变的大方向。经济的、生产方式的、作家个人的、意识形态的或者是传播机制本身的,原因多种多样,其中传播媒介在文类加速变化中所起的作用尤为突出。

新媒介作为纸媒之后大规模渗透到生活各个方面的新传播机制,对于文学和文化的影响具体到不同的文类上面,其面貌也是有着相当大的差异。概括来看,小说作为新媒介传播的文类依然没有改变其在纸媒中获得的现当代地位。不过,网络传播的快捷性和文化工业的垄断性正改变着网络小说的文类形态。在互动、瞬时的传播模式下,段子故事、网络警句谚语或戏谑玩笑的文本风格背后,是否隐含着新的文本可能性。段子故事、各种警句杂糅或者是由无数词句片段链接在一起的超文本恰好是未来小说的新形态。预言不是说出未来一定会实现的东西,而是体现了一个趋势。就像说书场里走出了长篇小说,新媒介条件下或许走出的就是语句和风格形式杂混的新小说形态。诗歌作为网络中活跃着的第二大文类,在众声喧哗中,在新媒介词句的口语化、直白性或者是琐碎繁复的形式里面,诸如多媒体混合的诗歌表达跟诗与乐未分家时期的诗歌存在形态是什么关系,是否存在重新定义诗歌的可能性?联系到新媒介对文学文化文本的大规模介入,其他文类也必须面对同样的追问。这些都是值得深入讨论的问题。而在新媒介商业与艺术、创造与工业生产、信息传播与个性表达交互混杂的文类状况下,微博、微信、论坛、博客等等发布形式中从聊天、广告到日志都有自己的一些新特性,某些特性已经很难用应用文还是非应用文来归类。

总之,随着传统文类的变革和新的文类大规模出现,适应这种传播机制的写作教学越来越有时代的迫切性。尤其是随着微博、微信以及其他手机传播的大规模呈现,适应这样的传播机制下的写作及其创意能力,有着非常强烈的时代迫切性。

其次,创意写作的广阔前景更与目前文化产业经济息息相关。文化产业经济不只是一种经济的形态,在后现代的历史语境下,文化产业的主导权往往还是经济的主导权的基础。后工业社会——也可以称为后现代社会的最主要特征是文化和信息在社会经济中取代了实际的物质占据了主导地位。在工业时代,谁掌握了物质生产的主导权,谁就掌握了这个时代的主导权。但是在后工业时代,这个公式发生了倒转。文化的领导权往往决定了经济主导权在谁手上。因为在后工业时代,随着大众传播的兴起和社会物质的丰富,在产品的制造、销售乃至定价之中,文化的符号价值的作用已经远远大于物质使用价

值。一个缺乏文化主导权的国家,即使号称世界工厂,制造业全球第一,也难以在世界上确定经济的主导地位。文化产业经济时代,文化的价值大于物质的价值,这样的现实条件下,小到一个产品的开发,大到一个国家的形象建立,都需要文学艺术的创意内容进入。缺乏相关的文化内涵开发的物质产品不仅是难以卖到价格,而且往往无法销售出去。

因此,充分利用创意写作讲述一个产品的故事、描述一个地区的形象、叙述一个人的事迹,让这些故事、形象、事迹能够深入人心,产生影响力,就是经济影响力的源头。创意写作这样的将文学创意和特定的社会经济意图紧密结合的写作形式,无论是从技术的角度还是从经济发展角度,都具有非常重要的价值。

第二节 富有特色的“互联网+”创意写作平台建构

一、同新经济、新媒体融合的创意写作课程体系

应用型人才培养既是经济社会发展的迫切需要,也是应用型高校无可回避的现实问题。为适应我校应用型综合大学的定位,中文系确定以写作能力作为学生的核心竞争力,把学生写作能力培养作为汉语言文学专业转型的突破口。我们充分认识到在文化创意产业勃兴的形势下,创意写作的学科辐射效应和良好的人才就业前景,积极向创意写作转向,以创意写作改革写作教学,适时开启写作教学内容构建的新思路,就写作课的教学模式进行结构性调整和改造。对如何建构创意写作教学思维和课程体系,如何改革写作课教学内容、教学方法、训练体系和考核评价模式,如何拓展实践渠道,使写作教学适应应用型人才培养的需要,实现写作教学体系的新建构等问题进行全面系统的探讨与实践。2017年,成功申报福建省教改项目“基于应用型人才培养的创意写作教学改革”立项。

我们在深化写作教学模式改革的进程中,立足文创产业对创意写作人才的需求,以学生的创意写作能力发展为重点,从紧密结合新经济、新媒体的角度出发,重新开发设计教学模块,进一步推进写作能力与实际应用相结合。注重写作与影像、视频设计的组合,写作与新媒介传播的结合,开发新媒体写作、非虚构写作、微电影创作、纪录片创作、小说写作、诗歌写作、戏剧写作等以创意写作能力培养为主线的创意写作课程群。将原来大一开设基础写作,大四

开设文体写作选修课改为从大一到大四每学年均开设相应的创意写作课程,确保学生写作训练的系统性、持续性。涉及的写作教学领域大致包括以下几个方面:

1. 新媒体写作:研究和讨论在网络新媒体条件下,不同传播媒介环境下出现的新文类、新语言以及新风格。新媒介条件下,写作形式和手段日益多样化,新文类层出不穷,新的语言和写作风格也日新月异。面对这些改变着的现实,我们的传统基础写作和应用写作的二分法显然无法适应,必须拓展写作教学的新领域。新媒介传播条件下,影响最为深远的就是信息爆炸和快速阅读,在这两者的结合之下,如何让你的信息瞬间让人注意,同时又能让你的信息在瞬间阅读的过程中被人记住,从写作语言、篇幅、结构到风格都有自己独特的规律。因此,必须开发出适应新媒介条件下的创意写作教学内容。

2. 影视剧的剧本写作:随着传播技术的革新,影视的院线渠道越来越普及,同时随着拍摄技术的发展,拍摄的成本也在大规模下降,这导致了以影像为中心的传播日益深入到从生产到生活的方方面面。以前因为成本和技术的原因,只有少数的人才能接触到影视剧文化产业,但是目前在网络传播的语境下,影视剧拍摄越来越平民化、草根化。此外,对于传播的内容来说,过去只有少数的人和事才有机会转化为影视剧来传播,在当前的技术条件下,影视剧的传播越来越平民化,小地方、小人物、小事情也可以有机会转化为影视剧。因此,影视剧拍摄的范围、拍摄的概率都与过去有着翻天覆地的变化,这导致了影视剧剧本创作的需要量大大增加,市场上非常缺乏有着良好的情怀和故事设定的剧本,这给剧本写作的教学带来了要求,也带来了机会。

3. 广告脚本和各类影像脚本的策划写作:随着影像、动漫、游戏等产业的发展,各类影像文化产业的产量也在大规模发展,大量的广告和宣传片在网络上传播,脚本的策划和写作现在有着非常强烈的市场需求。这些脚本的写作,都需要将文学的故事、创意设计、情怀跟具体的产业相互结合,生产出既有产业特性又具有文学感染力的文本形式。另外,随着微电影的普及,围绕着微电影这种影像形式,在拍摄技术越来越普及的情况下,好的脚本往往成为一部微电影能否出彩的核心元素。如何结合微电影的特性策划选题、确定主题、制定风格、设定人物关系、塑造人物形象、讲述故事,这里面都有着很多内容值得我们去研究,并从中总结归纳出具有新经济、新媒介特性的写作教学新内容。

4. 传统的小说、诗歌和戏剧写作:在新媒介、新经济条件下,一部小说要产生网络传播的影响力,也必须结合网络传播的特性。以网络为代表的新媒体的一个生产和传播机制特征是它的即时性和瞬间性,这样的传播特征导致了

文本呈现出了碎片化的特色。因为只有碎片尤其是有着鲜明的情绪的碎片最能抓住人的眼球,而不是逻辑清晰、主题深刻、内蕴隽永的叙事。这对于网络小说和诗歌的写作都提出了新的要求,也产生了新的特性。此外,网络新媒介的传播特性还有着鲜明的互动性。追求互动的文本不仅仅是文本更趋向于感和交流的简易性,使文本选题更直接贴近社会热点问题,还有一个非常重要的影响力,就是打破了原来纸质媒介时代专著的封闭性,而转向一种开放的存在形式,如增强文本的多样性和偶然性。表现在叙事上这种开放性显得尤为突出,那种追求前后统一的情节连续性的故事被更为开放多元的叙事所取代。

二、实战实训为核心的教学形式

建立、采用实战实训为核心的教学形式,既是与新媒介、新经济有着紧密而深刻联系的教学内容,对与其相互匹配的教学形式的必然要求;也是创意写作行之有效的教学模式的核心所在。

1. 建设高效的实训实习体系。实训实习体系分为校内与校外两部分,二者既有区分又紧密结合。校内主要是利用网络微信实训平台、写作工坊、实践基地、文学沙龙、学校广电报刊新闻媒体、文学社、文学期刊等实践交流指导渠道,激发、提升学生写作的兴趣、能力,加强对学生创作的指导评点,加强师生的沟通交流。校外的实训实习一方面是充分利用院系的实习基地,如广电报刊等新闻媒体学习新闻采写、编辑,广告公司、文化公司参与文创项目创意和策划等实践活动,锻炼学生的实战能力。目前外面的文化传播公司对于创意写作写手的需求量很大,可以由教师牵头加上一定数量的学生组成不同团队,负责某一企业项目,形成校企合作、文创融合。另一方面是服务地方文化建设。地方文化形象的宣传策划、脚本写作目前也有较大的市场需求。可以和地方文化部门合作,将文学教育和社会文化建设相结合,在城市社区特别是创意社区组织文学活动,活跃城市文学气氛,这不仅仅有助于激发学生的创作积极性,也有利于学生将个人的创意写作和社会的需求相结合。此外,还可以和当地作协合作,帮助学生接触最真切的第一线文学创意写作。

2. 形成新的考核评价体系。改革考核评价体系,采用过程性评价、形成性评价方式,将学生发表的文学作品、文化策划项目书、新闻稿件等作为成绩考核的重要项目,强化实践特色。在条件允许的情况下,将一些企业项目引入课堂进行实战训练。如果条件不成熟,那么就将企业已经完成的项目作为实训内容设计到教学模块中。如在新媒体的教学当中,我们可以将网络软文广告、跟企业合作做的一些公众号运营设计经验带入课堂,作为案例教学内容。

课程的考核,也不是简单地采用书面作业的形式,可以让学生设计一个公众号,在期末考核时,结合公众号的内容、点击率以及市场认可度综合评分评价。再如在剧本策划与写作教学过程中,带学生参与企业提供的剧本项目写作,让学生从创意选题、人物设定、故事大纲到分场写作过程之中,体验到创意写作如何与文化产业、影视媒体的传播规律相互结合。学生查阅资料、社会采风调查以及最后的剧本形态都可以作为评价考核的依据。

3. 组建胜任创意写作教学的师资队伍。实战实训为核心的创意写作教学体系的建设,无法离开能够胜任这一教学形式的教师。对此,一是通过访学、培训等途径使现有写作课教师提高新媒介操作技术,掌握文化创意产业的基本情况,让他们的教学思维、课程设计能够在创意产业经济的模式上展开,将企业的要求输入到课堂教学内容里,从而有效激发学生创意,引导学生实战操作。二是引入业界导师,安排适当学时由业界导师开设讲座、指导答疑,让学生能够更为直接地跟企业发生关系,而不是隔着几座山谈创业。三是邀请本土作家进校开设专题讲座并指导学生创作。

三、地方文化 IP 理论的植入

利用创意写作来实现相关的社会经济目标是创意写作的重要特征,挖掘区域性文化遗产的形式和内涵,开发地方文化的创意设计,将其作为创意写作教学的重要内容引入课堂是其中不可或缺的环节。区域性、地方性文化元素非常多,如何挖掘并将这些元素转化为生动的故事、有感染力的文本,从而通过影视剧、动漫、绘本、游戏等形式传播出去,是我们创意写作教学要重点开发的内容。

IP 是智慧产品的意思,在过去的文学艺术创作中,一个作品就是一个作品,一般不涉及一个产业的链条。而在新媒介传播语境下,随着传播技术的发展和传播形式的丰富,一部作品出来后,深入人心的形象可以带动一个产业化的传播链条,产生巨大的社会效益。以文化、文学内容为基础的 IP 创意产品开发目前已经成为文化产业经济的热点,很多国家和地区都力争在这个领域有所作为,从而带动一个产业链条。IP 创意产品成功开发的价值意义不仅仅是 IP 产品本身的再生产能力,更重要的是,还可以附加在很多产品上,提升产品的文化价值。在后工业社会,随着知识和信息在社会生活中逐渐占据核心位置,产品的价格往往取决于其文化内涵,而不是其物质属性及其使用价值。因此,IP 的创意开发无论是对于 IP 产品自身,还是对于一个国家/地区的经济层次提升都有着非常重要的意义。

作为高校创意写作教学,将创意写作的方向结合到地方文化的宣传发掘上面,不仅是培养人才的题中之意,也可以成为服务地方的重要途径。每个地方都有着丰富的民俗风情、历史传统、名人故事,这些历史掌故或者民间习俗,本身就带有着一定的 IP 价值。创意写作的价值就是利用新媒介条件下新的写作形式、写作语言重新打造这些老的 IP,使其在网络新媒介中重新焕发文化活力,尤其是获得年轻人的认同,由此传承国家/地区的文化传统,打开相关的文化市场。

地方文化的 IP 创意开发从写作的形式来说,可以从如下几个层面着手:

一是地方文化名人。地方文化名人由于历史的原因,在地方上往往有着比较强大的号召力影响力,同时也代表着一个地方的文化精神。因此开发地方文化名人的 IP 对于地方文化建设来说其特殊的价值意义毋庸置疑。同时,由于地方文化名人往往在特定文化圈有一定知名度,对其进行创意开发,市场的风险也比较小。人们要做的是如何结合新媒介下的传播规律,对其形象的设定以宣传的主要节点做一些创意开发。

二是地方的民俗风情。地方的民俗风情能够代表一个地方的特色,无论是旅游开发还是对外宣传,还是 IP 文创产品的设计,地方民俗风情都是一块重要的领地。地方民俗风情包括了民间故事、地方戏剧、地方风俗礼仪等。将这些元素提炼出来,创造出一个 IP,这对于地方的文化建设和经济开发来说,其意义不容小觑。

三是地方自然和文化遗产。地方文化和自然地貌,是地方的重要标志,同时也是旅游开发的主要领域,受到了各个国家/地区政府的重视。特别是针对一些自然风貌不错,但是缺乏文化的地区来说,让自然风貌附加一些文化创意因素,扩大其影响力,提升其旅游观赏价值是人们很熟悉的开发思路。因此,我们在创意写作教学过程之中,教授同学如何选题,如何结合地方文化的需要进行策划,并且根据策划的基本思路设计相关的写作构架也是创意写作必须关注的地方。

四是地方现代出现的新人新事。地方文化的元素不只是属于过去,属于自然,也属于活生生的社会现实。每个地方每个时代,都会有独具自身特色的故事或人物。对于这些非常具有时代特色同时又有着比较强的地方特性的内容,进行 IP 创意开发,其对于地方的宣传乃至对于市场特色的塑造都具有不可替代的价值,也是创意写作教学必须关注的方面。

IP 的创意设计开发是一个非常复杂的学问,里面有着非常多的产业的、社会的因素需要考虑。我们这里仅仅是从创意写作教学出发谈论 IP 创意开

发的可能性和思路。事实上,对于经济学来说,IP 的创意最主要的是对市场的研究和发掘。如果创意写作地方文化 IP 的设计开发要离开地方政府独立行走,在市场上发掘出 IP,才是真正的道路。但是这条路很难走,就像一个作家总需要一个代表作,才能在文坛确定相应的影响力。如果学生创意过程中 IP 设计到位,或许可能因此一炮走红。所以风险和收益总是对等地存在,人们的选择往往是个人根据自己的能力爱好进行利益的均衡化。

第三节 教材框架体系与教学内容

教材在实现教学目标,实施课程教学,推进课程改革中具有重要地位。从满足、回应写作课程改革、应用型人才培养和文化产业发展的需要出发,我们基于自身教学经验和课改实践,经过精心策划,编著这部基本理论体系和基本训练体系符合自身教学需要的教材。我们确立的教材编写原则和方针是:立足教学、写作本位、挖掘潜力、激发创意、理论精要、突出实训,一切从教学的可行性、操作性、实用性出发,一切以学生的创意写作实践为核心,力争在理论框架、训练设计等方面有所创新。

一、教材特点

本教材名为《创意写作——叙事与评论》,意在突出叙事与评论在创意写作基础训练中的重要性。叙事与评论是叙事类、析理类文章最基本、最常用、也是最重要的表达方法,是写作各类文体的基础,易学而难工。因此,以叙事涵盖叙事类文体,以评论涵盖析理类文体,可以取得突出重点,以少总多的效果。本教材的突出特点是立足教学,编写体例更加符合教学实际和教学规律,突出可行性、操作性、有序性。现有的许多教材往往表现为两种极端化倾向:一种是几乎不讲理论,重在写作训练和个体经验的传授,引进的国外创意写作教材大多如此;另一种是过度执着于理论的系统、全面、深刻和逻辑严谨鲜明,却较少顾及具体教学中的可行性,大而无边,操作性、针对性不强。应该说,只强调理论知识讲授或只强调实践训练都是片面的。既要避免没有理论指导的支离破碎的读读写写,又要避免理论面面俱到的高头讲章。因此,要有效区分写作学与写作教学,学理性研究和应用性研究的关系。一门写作课,多则百余学时,少则几十学时,过多的内容,显然难以完成。所以必须考虑具体教学中,哪些是可教的哪些是不可教的;哪些是该教的哪些是不该教的。写作学、创意