

—目标—动机—矛盾—

如何写好小说

The Building Blocks of Good Fiction

小说

美国小说作家的写作圣经

著名的“目标、动机、矛盾”作家班
写作课程精华实体书

〔美〕黛布拉·狄克逊 著 沈椿人 译

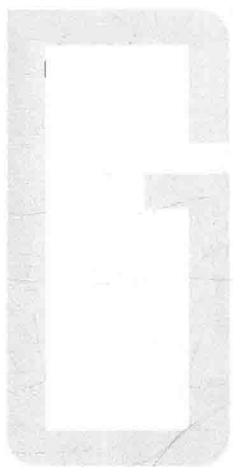
人民日报出版社

— 目标 — 动机 — 矛盾 —

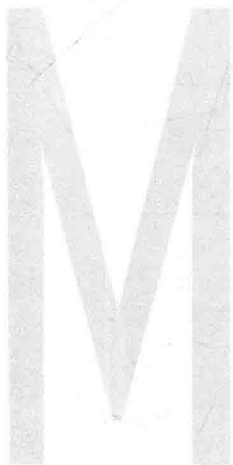
如何写好小说

The Building Blocks of Good Fiction

〔美〕黛布拉·狄克逊 著
沈椿人 译



GOAL



MOTIVATION



CONFLICT

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何写好小说：目标、动机、矛盾 / (美) 黛布拉·狄克逊著；沈椿人译. —北京：人民日报出版社，2019.5

ISBN 978-7-5115-6050-6

I. ①如… II. ①黛… ②沈… III. ①小说创作—创作方法 IV. ①I054

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第095814号

©by Debra Dixon

The simplified Chinese translation rights arranged through Rightol Media (本书中文简体版权经由锐拓传媒取得 Email:copyright@rightol.com)

著作权合同登记号：图字 01-2019-2457号

书名：如何写好小说：目标、动机、矛盾

作者：[美]黛布拉·狄克逊 著 沈椿人 译

出版人：董伟

责任编辑：刘晴晴

封面设计：刘颖

出版发行：人民日报出版社

社址：北京金台西路2号

邮政编码：100733

发行热线：(010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线：(010) 65369530 65363527

编辑热线：(010) 65363105

网 址：www.peopledaily.com

经 销：新华书店

印 刷：北京金特印刷有限责任公司

开 本：880毫米×1270毫米 1/32

字 数：114千字

印 张：8

版 次：2019年7月第1版 2019年7月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5115-6050-6

定 价：49.90元

目录

DIRECTORY

引言 ————— 001

第一章：人物、事件、原因、必要矛盾 007

第二章：目标：你的人物有什么追求 017

第三章：动机：为什么有这样的追求 039

第四章：矛盾：注意！前方高能 067

第五章：矛盾聚焦（兼谈其他强化矛盾的方式） 093

第六章：GMC表格的进一步探讨 103

第七章：故事高潮需要GMC 111

第八章：抛开束缚，创设场景	121
第九章：GMC头脑风暴	141
第十章：故事概述（不多于50字）	151
第十一章：这个那个	161
附录A：推荐阅读和参考资料	167
附录B：GMC表	177

事业初期，有位知名作家曾对我说：“我们不喜欢写作本身，喜欢的是写作的结果。”

很独到的见解。

至少我是这么认为的。我很欣慰地发现，那些出版业巨星并非满心欢喜地坐在键盘前，毫不费力就敲打出一篇篇散文，编辑成一部又一部畅销小说，好像作者无须花费什么力气一样。不是这样的，作者也有创作艰难的时期，但他们一直在坚持。

作家只管写作，就这么简单。不论有多艰难，一点一点写下去就行了。有时笔下生花，才思泉涌，写作如行云流水；有时以头撞墙，痛苦不堪，甚至会想，为什么非要如此呢？但潜意识里总有个声音嘟囔着：“我们无法不写。”于是，我们重新提笔，要么继续未完成的大作，要么转而构思新的故事。

每一次进行新的创作，我们都想找到更轻松的方式，想避免犯过的错误，想让小说的创作步入正轨，想顺利完成整个作品。

我们可以参加研讨会，报名工作坊、辅导班，买各种指导书，投身各类写作比赛，加入文学批评小组、作家小组，等等。当别的作家侃侃而谈时，我们专心致志地听，没准他们就有写作的捷径、神奇的公式，或者放之四海而皆准的诀窍。有时会发现，关于写作，我们这样的人才应该说点儿什么。

当本地作家小组让我就情节设计做个分享时，“目标”

“动机”和“矛盾”三个词浮现在我的脑海。我收藏了无数的写作指导和剧本创作类书籍，在很大程度上，是这些书成就了我。差不多每一本书都以某种方式大谈“目标”“动机”和“矛盾”三个概念。书架上讲此类内容的书不少，对上述三者的叫法也是层出不穷：

目标 (Goal) ——愿望 (desire)、想法 (want)、需求 (need)、野心 (ambition)、目的 (purpose)

动机 (Motivation) ——动因 (drive)、背景 (backstory)、推动 (impetus)、刺激 (incentive)

矛盾 (Conflict) ——问题 (trouble)、张力 (tension)、冲突 (friction)、反派 (villain)、路障 (roadblock)

不论你管它们 (GMC) 叫什么，从根本上说，这三者是我们小说世界中一切事件的基础。小说中的事件又叫情节。

(没错，情节这东西又复杂又骇人，但实际上却可以分为三个要素。) 对我而言，它们很简单，不过是我从无数的阅读和研习会中一点点内化于心的东西。但对作家小组的成员来说，三者都是陌生的概念。没想到，在我分享时，小组成员并没有无聊到打盹儿，而是对我所讲的内容惊讶得合不拢嘴，有的还匆匆写下笔记。

我还是有点脑子的，很快就意识到是不是真的发现了什么窍门。不是说史无前例，也不是什么巧夺天工，只是一些易于理解的窍门。寻求放之四海而皆准的诀窍时，作家们想要的是能运用到个人实践中的东西，要那种能理解消化再加以利用的。

那是我第一次在工作坊讲GMC的概念，之后我发现，自己在很多方面都能运用它，不仅限于情节设计。我还将它用于塑造角色，刻画场景，消解小说中间部分的沉闷，设定难忘的次要人物，创作故事梗概，与编辑交流想法，甚至是在写下大量章节之前评估某个想法的可行性。GMC就像是我想思维过程的组成部分，是我工作中的一种无意识的过滤器。

我在大学课程里讲授GMC概念，在全国各地分享过这个概念，发现它几乎对所有作家来说都是有所裨益的。有的作家将其应用到写前准备中；有的作家先按自己的方式将作品写好，然后用GMC的概念来进行修改；还有的作家只是将GMC用于与编辑会面的准备或是写征询信函。

每一位作家都是独一无二的，其写作过程也是独一无二的。不论是创作初稿、构思情节还是成稿修改，都没有绝对正确或错误的方式。不妨先弄懂GMC概念，然后再问问自己，如何才能在自身的创作中使用它。

为方便理解，我会一个一个地讲述目标、动机、矛盾。等你读完本书，这三个词会深深地印在你的脑海里。以后看电影你都会想到它们，阅读时也会受其影响。一旦理解了GMC的概念，就会发现它无处不在。

说到电影……

有任务来了。把以下电影租来看一看：

《绿野仙踪》（一定要看）

《鹰狼传奇》

《终极证人》

《星球大战》

《卡萨布兰卡》

《亡命天涯》

为什么我让你看电影而不是看书呢？因为大家的阅读品味差别太大了。电影是画面，是不会跟你“讲”任何东西的，而是把一切呈现在你眼前。电影不会把你限定在说明文、叙述文或描述文的体裁中。它是一种快捷方便的媒介。而且，对很多人来说，看6部电影总比看6本书要容易得多。

需要注意的是，即便你已经看过上述电影，也请再看一遍。微小的细节相当重要。尤其是《绿野仙踪》，这部电影简直是我们理解GMC概念的典范。《绿野仙踪》成为经典是有其深刻原因的，这都在于目标、动机和矛盾。

对小说来讲，标题中的四个问题尤为重要。作者要做的，就是快速准确地讲清这四个问题。写作有意思的地方在于，当知道自己的文字正吸引着读者胃口时，内心的满足感就油然而生。一旦吸引了读者的胃口，你就会期待读者读下去。

大多数作者的第一位读者都是编辑或者（出版）代理人。他们读的稿件太多了，都懒得往下翻页。在纽约，不请自来的书稿堆积如山，简直触目惊心。有的出版社和出版机构的书稿堆了三尺高，都能做办公室的隔断墙了。而你要做的，是让你的稿子努力成为特约稿件。

先别泄气，我要跟你说的是，我见过的所有编辑都希望从那书稿堆里找到一些新鲜又精彩的东西。编辑和代理人都是爱书之人。同时，他们也是行业标杆。也就是说，他们的标准和期望都很高。要出版自己的作品，就得先引起他们的注意。

编辑和代理人都有点像克林特·伊斯特伍德（Clint Eastwood）。当然，他们不会像他一样，拿起某本书稿就说“给我点乐子”。但你可以认为，他们脑子里想的是“引起我的好奇心”。浮夸的隐喻和普通的句子结构肯定是不够的。你得有个坚实的写作基础，得塑造出扣人心弦的情节和个性十足的人物。

每个读者拿本书坐下来读的时候，都有所期望。他们希望作者能引发他们的好奇心。

那要怎么做呢？怎么去引发读者的好奇心呢？你得给他们新鲜感。你必须塑造一些丰满的人物，他们身上要有独特

的目标和动机。

如果你塑造的人物呆板，故事情节枯燥无味，一看就能猜到结局，那你的作品自然就落于平淡，出版社也会给你个平淡的退稿。别再写什么傻乎乎的金发女郎、有男子气概的运动员或者被宠坏的富家小姐了，那都是大家信手拈来的套路。你要给读者塑造的，是能挣脱文字束缚走入读者内心的人物。塑造让读者产生共鸣或是异议的人物，塑造身陷重围而且无路可逃的人物。

比如路易莎·梅·奥尔科特 (Louisa May Alcott) 《小妇人》 (*Little Women*) 里面的乔 (Jo)。乔可不仅仅是个司空见惯的假小子，她也有敏感的一面，写激情的小说，对于喜欢的人从不掩饰自己的柔情，甚至还时不时透露出母性的气息。事实上，假小子只是乔复杂人格中的一个方面。

无须全新的情节，但你可以用全新的人物来抓住读者的胃口。人物塑造是通俗小说成功的关键，其中首先要考虑的是目标、动机和矛盾。

小说四大问题中的人物问题

还记得那四大问题吧？那是你需要解决的首要问题，如此才能吸引读者注意。

在写出具体的章节之前，你得花时间去塑造小说中的人物，要先回答“本书写的是谁”这个重要问题。有些作者会采用问卷的形式给人物填写信息，包括兴趣爱好、亲朋关

系、个人成就，等等。还有些作者更喜欢刻画人物框架，或者写微型人物传记，以此来深入理解小说中的人物。

我用的是角色扮演技巧，即所谓的人物采访。我假装自己是小说中的人物，接受批评家的采访。先告诉他们一点儿关于我的线索，然后开始接受盘问。一般的采访持续45分钟到1个小时。没有太多的提问准备，通常用磁带录音机录下整个过程，这样我就不用再花时间去作笔记录了。

提问的范围很广，可以简单到“你最喜欢的颜色是什么？”，也可以复杂到“最让你失望的人是谁？原因是什么？”

采访中的提问经常跌宕起伏，让人无法预料，如：

“你去参加了毕业舞会吗？”

“没去。”

“为什么没去呢？”

“我不喜欢人多的场合。”

“为什么呢？”

“因为我能感觉到周围人的情绪。”

模拟对话一番后，我发现我塑造的人物被植入了情感。出人意料，真是出人意料。假如我不进行这种人物采访，也不会有此番发现。我写《神秘山》（*Mountain Mystic*）时，角色移情在男女主角的冲突当中发挥了关键作用。

不管你选哪种形式，都会大有收获。倘若你书中的每一

个行为都能归结到特定人物的目标和动机上，那么人物自身就会把发展情节呈现给你了，情节走向成了一种必然。你书中的主角（或者说主要人物，在本书里我们称之为“主人公”）会有自己的“安排”，自己做出决策，把故事引向全新的方向。

最重要的是，这个人物会在小说中引导读者，促使他们继续读下去。说到引导，我得提醒一下，在小说的头十几页，要注意你介绍的人物数量。你们写的小说，肯定都有好几个重要人物。很多小说至少有两个重要人物，即主人公和反派。有的作者会不自觉地引入多个人物，把小说写得很复杂。

开头部分就介绍过多人物的话，要小心了。打消读者阅读积极性最快的，莫过于情节不连贯、角色关系复杂的第一章。如果第一章过于平淡无奇，满是人物背景经历，也会成为读者失去阅读兴趣的罪魁祸首。

第一章就像是第一印象——你只有一次机会。

别搞砸了！

德怀特·斯温(Dwight Swain)在《畅销书写作技巧》(*Techniques of the Selling Writer*)中写道：“让读者知道下面会有冲突，而且是他们会感兴趣的冲突。”斯温说得一点而没错。你是作者，希望读者与小说中的人物和情境产生共鸣，希望读者能读懂小说的走向。

就像错过电影的开场，你会不会觉得沮丧？因为在开场部分，电影就会交代清楚人物、事件、原因和必要矛盾。要