

创意写作教程

主编 葛红兵 许道军

CHUANGYI XIEZUO JIAOCHENG



形态教材

高等教育出版社

创意写作教程

CHUANGYI XIEZUO JIAOCHENG

主编 葛红兵 许道军

高等教育出版社·北京

内容提要

本书正文分上下两编。上编共五章，针对创意写作主要环节中的核心问题、普遍问题展开，在“写作心理”“创意思维”“写作上路”“作品结构”和“专业阅读”几个方面，讨论创意写作的一般原理和基础技巧，发展创意思维，合理谋篇布局，提高阅读的专业性和效率。下编选取了学生最感兴趣、使用最为广泛的几种文体进行详细讲解和跟进训练。

本书适合作“创意写作”课程教材，也适合作传统“应用写作”和“文学写作”教材。

图书在版编目(CIP)数据

创意写作教程 / 葛红兵, 许道军主编. —北京:

高等教育出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-04-046844-1

I. ①创… II. ①葛… ②许… III. ①汉语—写作—

高等学校—教材 IV. ①H193. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 324698 号

策划编辑 刘晓旭 责任编辑 张晶晶 刘晓旭 封面设计 张文豪 责任印制 高忠富

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	上海师范大学印刷厂		http://www.hep.com.cn/shanghai
开 本	787mm×1092mm 1/16	网上订购	http://www.landaco.com
印 张	16.5		http://www.landaco.com.cn
字 数	314 千字	版 次	2017 年 6 月第 1 版
购书热线	021-56717287	印 次	2017 年 6 月第 1 次印刷
	010-58581118	定 价	34.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 46844-00

本书是 2014 年度教育部人文社会科学研究规划基金项目“英语国家创意写作研究”（项目号 14YJA751025）结题成果。

本书编委会

主 编 葛红兵 许道军

编 委 (以姓氏笔画为序)

刁克利 王宏图 王晓华

江 冰 刘业伟 刘海玲

刘 伟 许道军 邱飞廉

杨剑龙 杨厚钧 吴 炫

张文东 张永禄 陈少志

陈小碧 沈 琳 何晓辉

周进芳 范钦林 葛红兵

翟业军

撰稿者 (以姓氏笔画为序)

吕永林 任丽青 许 峰

许道军 吴仁援 张洪海

孟 盛 黄 斌 葛红兵

前 言

创意写作兴起于 19 世纪末美国高校中的文学教育改革潮流，最初以作家、诗人进高校教学小说、诗歌为主要形式，以图改善当时文学教育僵化、文学研究脱离文学本身的现状，后在世界各地推广普及，广受欢迎，发展至今已成为培养目标明确、教育理念先进、教学方法科学、教学内容完备的学科。作为学科，它为美国乃至其他英语国家文学创作的繁荣、文化创意产业的发展，以及创意国家、创意城市的形成起到巨大的推动作用，成为上述种种进步的发动机、核心生产力。在创意写作学科体系中，大学教材是重要组成部分。中国高校写作教育亟待改革已经是不争之事实，创意写作在中国已得到广泛重视，许多高校开始了教育教学及学科创建实践，但中国尚缺少一本打通“文学写作”与“应用写作”、教育理念跟写作训练一致、可教与可学的写作教材。鉴于此，我们决定在创意写作的视野下，重新编撰大学写作教材，服务于高校写作教育改革与创意人才培养的需要。

教材命名为《创意写作教程》，适用于传统“应用写作”和“文学写作”课程，也适用于新兴的“创意写作”课程。本教材内容分为绪论和正文两部分，正文分上下两编。上编为“开始写吧”（五章），下编为“成为作家”（八章），共十三章。各部分试图构成体系，学科知识、写作原理与文体写作实践形成呼应。我们认为，“开始写作”是“成为作家”的前提，只有开始写作，才能遇到困难，发现问题，收获信心。但是创意写作学科视野下的“写作”不仅仅是自发的写作、盲目的实践，而“作家”也不是“自学成才”的幸运儿、“突出重围”的幸存者，而是有理论指导、深谙文体规律、写作秘密的实践者。对他们来说，能否成为大作家、写出经典作品仍需要许多先天条件、后天环境及个人际遇，但是写出好作品、成为作家是大概率事件。创意写作学科就是这个“大概率”服务，实际上，任何科学研究、实践都是为“大概率”服务。

绪论主要阐释了创意写作的基础理论和学科体系，试图解决创意写作似乎没有理论指导、没有规律可循，以及这个学科本身存在的合法性问题。第一节针对创意写作在世界各地发展不平衡、学科目标不一致，以及学科理论不发达

导致对自身认识模糊的特点，通过实践总结、资料梳理和理论推导，重新认识和界定了“何谓创意写作”这个根本性问题。第二节从历史发展和知识考古的角度，梳理和分析了创意写作的兴起背景、原初目标、内在逻辑、发展动力、发展历程等内容，重点介绍了创意写作发展中重要的学者、作家、教师、理念、大学、国家等，意图为中国创意写作的发展提供路径参考和智慧支持。第三节论述了创意写作的学科体系，试图在理论上回答“创意写作为什么可以教/可以学”“创意写作如何教/如何学”，即“培养作家”相关的问题。

上编共五章，针对创意写作主要环节中的核心问题、普遍问题展开，在“写作心理”“创意思维”“写作上路”“作品结构”和“专业阅读”几个方面，讨论创意写作的一般原理和基础技巧，一步步突破作家障碍、写作障碍，发展创意思维，合理利用已有阅读与积累，从成规上路；分析作品的基本结构，合理谋篇布局；学习从作家角度进行阅读，提高阅读的专业性和效率。其思路是贯彻创意写作“不是学习写作，而是开始写作”的理念，开始写作，现在就写，Now write! 鼓励在实践中学习写作，在工作坊中共同成长。上编的五章具有内在的联系，呼应《绪论》中的学科基础理论和学科体系，在理论和实践上回答创意写作为什么可以教、可以学、怎样教、怎样学的问题；同时也具有相对的独立性，针对具体问题展开了专题探讨和训练。这些训练，有些是独立的，有些还会在以后的具体文体写作、训练中用到，具有连续性，而第一章的训练则是总体性的，作为课程目标贯穿于整个学期。

下编选取了学生最感兴趣、日常生活使用最为广泛的几种应用文体，比如“创意文案”“社交类文书”“商务文书”等，教材围绕它们的文体特征进行详细讲解和跟进训练。一方面，教材严格遵循各个文种文体的“文体规范”，体现应用写作“带着镣铐跳舞”的特征；另一方面，应用写作同样可以渗透“创意性”，体现“创意写作”的特点，那就是在总结“写作要点”时，始终贯彻创意写作“对象化思维”，即“创意写作是交流、沟通”的理念。文体的规范化写作是手段，不是目的；写作的对象不是笔下的文字，而是始终身不在场却又时时在场的“读者”——人，具体到某些文体上说，这些人可能就是“客户”“领导”或“公众”；应用写作从本质上不是“文字与文字的交流”，而是“人与人的交道”。

下编的核心是欣赏类文学写作，之所以将“编剧”也放在这里，是因为编剧的核心仍旧是“故事”而不是“文体”，因此按照惯例将它与“散文”“诗歌”“小说”几种文体放在一起，但具有生产性、工具性的作品文体与作为欣

赏的终端作品的不同还是显而易见的。在选取传统欣赏类文学文体时，本教材亦有自己的特点，我们根据教学实践特点和学生实际兴趣需求，选取了“自由诗”与“歌词”、“小说”与“小说故事的影视改编”、“非虚构”与“散文”、“戏剧小品”与“电影剧本”几种。一线写作教师或许都有相同体会，歌词很少被写进教材，但不少学生喜欢歌词；成为诗人可能性小，会写歌词倒是有可能；写电视剧剧本的机会少，用得上戏剧小品的机会多，几乎每个大型活动都需要小品；讲好了故事，才会写小说；近年来，非虚构作为一种热潮，影响了中国文坛和社会，而作为一种包容性非常强同时又强调个人身份、立场的写作，非常适合大学生的学习和个人成长。

本教材大体上分为创意写作本体论、创意写作原理及创意写作技巧练习和文体知识及文体写作训练三个部分。创意写作本体论的阐释主要由绪论完成，绪论中不安排工坊活动和写作训练；创意写作原理及创意写作技巧练习主要集中在上编“开始写吧”，每章附工坊活动，作为对原理与技巧的巩固；文体知识及文体写作训练主要集中在下编“成为作家”，七至十三章每章探讨两个（类）文体，分两节，按照“文体界说——文体特征——写作要点——写作训练——延展阅读”体例编排。将“文体特征”和“写作要点”分开，我们认为这是本教材的特点或者说亮点。我们相信，画师在画室里不会对着学生说：“看，这就是葫芦，你们依葫芦画瓢吧。”而会告诉学生，他们应该从哪里下笔。当然，将“文体特征”和“写作要点”分开，对撰写者来说，是一个很大的挑战。能否实现教材的预设目标，实践创意写作理念，有待在以后的教学实践中检验。“他山之石，可以攻玉”，每部教材都有自己的视野、方法和侧重点，同时也有自己的盲点，因此我们在每个章节的后边附有“延展阅读”，向读者推荐相关方面的重要著作和作品，以供参考。“补充阅读”部分针对章节中的论述未展开部分，利用网络的优势，或是提供较完整的作品，或是提供更丰富的资料，或是引用充分的论述，并加以简短点评，加深学生对相关部分的理解。这一部分有文字、有图片、有网络链接，教材将它们做成二维码，有兴趣的学生可扫描阅读。

本教材各章节具体写作分工如下：

绪论与上编的第一章“突破作家障碍”、第二章“潜能激发”、第三章“从成规上路”、第五章“从作家角度阅读”的作者是许道军和葛红兵，上编第四章“谋篇布局”、下编第六章“故事创意”、第九章“自由诗与歌词写作”及第七章“小说写作与影视改编”第二节“小说故事的影视改编”的作者为许道

军，第七章第一节“小说写作”的作者为许锋，第八章“剧本编创”的作者为葛红兵、黄斌，第十章“非虚构与散文写作”第一节“非虚构写作”的作者为吕永林，第二节“散文写作”的作者为任丽青，第十一章“创意文案写作”的作者为黄斌，第十二章“社交类文书写作”的作者为吴仁援、孟盛，第十三章“政务文书写作与商务文书写作”的作者为张洪海。另外，高尔雅博士对绪论也作出了贡献。这里，对他们的辛勤劳动表示感谢。

葛红兵 许道军

2017年4月

目 录

绪 论	1
— 第一节 重新认识创意写作	1
— 第二节 创意写作的兴起	3
— 第三节 创意写作的学科体系	10

上编 开始写吧

第 一 章 突破障碍 寻求成长	16
— 第一节 突破作家障碍	16
— 第二节 在创意写作工作坊中成长	20
第 二 章 潜能激发	31
— 第一节 自我发掘	31
— 第二节 思维训练	37
第 三 章 从成规上路	46
— 第一节 伟大的成规	46
— 第二节 开始创作	51
第 四 章 谋篇布局	63
— 第一节 结构	63
— 第二节 从开头到结尾	71
第 五 章 从作家角度阅读	80
— 第一节 从新批评到创意写作	81
— 第二节 创意阅读	85

下编 成为作家

第 六 章 故事创意	96
— 第一节 故事材质	96

— 第二节	故事写作	103
第七章	小说写作与影视改编	114
— 第一节	小说写作	115
— 第二节	小说故事的影视改编	120
第八章	剧本编创	130
— 第一节	戏剧小品	130
— 第二节	影视剧本创作	138
第九章	自由诗与歌词写作	149
— 第一节	自由诗写作	149
— 第二节	歌词写作	158
第十章	非虚构与散文写作	169
— 第一节	非虚构写作	169
— 第二节	散文写作	175
第十一章	创意文案写作	187
— 第一节	广告文案写作	189
— 第二节	项目活动策划案写作	201
第十二章	社交类文书写作	212
— 第一节	一般书信写作	212
— 第二节	致辞和主持词写作	221
第十三章	政务文书写作与商务文书写作	234
— 第一节	政务文书写作	234
— 第二节	商务文书写作	242

绪 论

创意写作是一门新兴学科。一百多年前诞生于美国，在英语国家及近年来的亚洲国家地区广泛传播、迅速发展。它的出现，是对传统写作学、文学的一次影响深远的革命，也对当代文学的繁荣、文化创意产业的发展乃至公共文化服务的方式产生了重要影响。然而，创意写作又是一个特殊的学科，重实践轻理论，如丹纳·唐纳利（Dianne Donnelly）判断的那样：“创意写作一直是这样的—一个领域，它避开了学识问题。”^① 带有强烈的争议性。一方面，它一直作为事实上的学科存在，另一方面它又在学科理论、学术研究等方面准备不足，长期以来作为学科和学术的“异常”而存在。如格雷戈里·莱特（Gregory Light）所描述的那样：“虽然创意写作作为正式的学科在英国高等教育和美国等地发展了很长时间，但其自身的学科视阈却仍未完全设定。”^② 也就是说，作为学科，创意写作已经有了相当长的历史，但是作为研究对象，创意写作是什么，创意写作为什么可以教/可以学，作家为什么可以培养/如何培养等问题，却并没有完全解决，因此在进行创意写作系统学习、训练之前，我们有必要对这些基本问题展开讨论。

第一节 重新认识创意写作

何谓“创意写作”？它与母语、文学写作、文学理论及应用写作关系如何？这些问题长期存在分歧，主要存在两种不同的观念。第一种观念以保罗·道森（Paul Dawson）、简妮·瑟芭（Jane Souba）、格雷迪斯·坎贝尔（Gladys Campbell）、西蒙顿（Simonton）、露拉·B. 库克（Luella B. Cook）、安娜·F. 海格（Anna F. Haig）、伯尔·霍格瑞夫（Pearl Hogrefe）、伊丝贝尔·O. 福特（Isbel O. Ford）、多萝西娅·布兰德（Dorothea Brande）等学者为代表，他们认为，创意写作并非仅仅指文学性的写作，而是包括了其他以强调创意为特点

^① Dianne Donnelly: *Establishing Creative Writing Studies as an Academic Discipline*, Proquest, Umi Dissertation Publishing, 2011, p. 1.

^② Gergory Lightht: From the Personal to the Public: Conceptions of Creative Writing in Higher Education, *Higher Education*, 2002 (43): 259.

的写作类型，是一切“以创意为特点的写作类型”，从文学写作到创意写作，实现了从想象力到创意能力的转变。而作为写作教育，创意写作教学让“学生们用他们找到的最合适的方式表现他们的所思所感”，主要以“写作技能”“创造力”“创造性智慧”“自我探索”“积极性”等为培养目标，而作家就是“有创作能力的人”，并非指传统意义上的“文学作家”。第二种观点则以马克·麦克格尔（Mark McGurl）、艾伦·泰特（Allen Tate）等为代表，他们认为创意写作就是“文学写作”，作为一个学科，它主要培养文学作家。创意写作虽是高校（英语）文学的“革命者”，但“大学以及英语系是文学最大的庇护人”。两种观点之间，罗伯·蒲伯（Rob Pope）的观点更客观，他指出：① 创意写作包括各种形式的写作，但是脱离了文学写作的创意写作是无根之木；② 文学可以通过创意写作成为以实践为基础的艺术；③ 文学研究、文学理论与创意写作之间存在潜在冲突。其观点③解释了高校文学教育普遍的困境所在，而观点②则提供了具体的改革路向，对中国高校中文写作教育改革具有特别的警醒意义，观点①则对创意写作研究与认识普遍存在的“先入为主”、任意想象现象是一个反拨。

创意写作之所以难以像其他学科那样被明晰地表述，存在着多种原因。一方面，创意写作在国际化的发展过程中，事实上存在不同的目标和发展模式，正如史蒂夫·梅尔（Steve May）指出的那样，创意写作是一个年轻的学科，它在不同的地区、不同的机制内以不同的方式发展自己，并且拥有多样的目标，导致我们对它的认识难以统一。另一方面，创意写作本身是一个跨学科、跨领域的新型事物，对它的认识与研究也要有相应的跨学科视角，罗伯特·斯滕伯格（Robert Sternberg）在为斯科特·考夫曼（Scott Kaufman）和詹姆斯·考夫曼（James Kaufman）的《创意写作心理学》所写的序言中指出：“创意写作研究是跨学科的，涉及认知、社会、个性、心理学的生理方面……”①而实际上，我们对创意写作的认识一直存在着单一、片面的现象。

综合考察世界创意写作实践的种种面貌，梳理创意写作历史进展，同时也综合各种研究对创意写作的理论描述，我们认为，创意写作是指以写作为样式、以作品为最终成果的一切创造性活动。作为一个历史概念，“创意写作”（creative writing）最初仅仅是指文学写作和文学写作教育，后来泛指包括文学写作在内的一切面向现代文化创意产业、适应文学民主化、文化多元化、传媒技术的更新换代等多种形式的写作及相关的写作教育。

创意写作兴起于19世纪末期美国高校的文学教育教学改革，首先作为

① Scott Kaufman, James Kaufman: *The Psychology of Creative Writing*, Cambridge University Press, 2009, p. xv.

“一项在全国高校内开设的小说、诗歌写作课程的校园计划”和“一个招募小说家、诗人从事该学科教育教学的国家体系”出现。二战前后它在美国逐渐发展为一场全国性的社会实践，在应对战后军人战争创伤、黑人教育、移民浪潮、女权运动、多元文化差异、文学类型化、美国梦形成，以及文化创意产业等诸多方面发挥了巨大作用，与此同时，它自身也发展为一门成熟的学科，在欧美、澳洲及亚洲等国家和地区推广开来。目前创意写作已经有八十余年历史、包含近 20 个子类、设有本科、硕士、博士研究生培养层次的大学科。创意写作学科的诞生和发展，改变了欧美战后文学发展的格局，也彻底改变了欧美文学教育教学思想体系，为欧美文化创意产业的兴盛和发展奠定了学科基础。作为写作活动、社会活动和学科，三者是创意写作的三个指向，其中，学科是前两者的策源地、发动机。

作为写作活动的创意写作包含了我们传统意义上的文学写作，也包括众多面向文化创意产业、新兴技术、日常应用等在内的非文学写作，这些写作活动包括写作教育活动，都以文学写作为基础。作为社会实践的创意写作，其实是创意写作服务社会、作为公益事业的一部分，它在面向公共服务、文化创意产业发展、社会各阶层发声、不同文化之间的碰撞、多民族融合等社会服务中，起到了越来越大的作用，逐渐在实现它最初的目标：“‘使每个美国人都能够在以家为中心的安全驾驶距离内参与’^① 创意写作工坊成为可能（或许这可以在不久的将来得以实现）。”^② 作为学科，创意写作是一个包括工作坊、驻校作家制度、课程、学位、写作系统在内的完整教育教学体系，具有 130 多年的实践历史、80 多年的学科历史，在许多地方它已经向中小学课程延伸。与我们很多人想象的不一样的，创意写作不是一门课程，而是一个包含课程系统的学科。

创意写作在英语国家学科系列中，长期被视作“彪悍的怪物”。所谓“彪悍”，其实是指其强大的生命力；所谓“怪物”，则是指它在很多地方缺乏一个严谨学科所需要的准备。但我们要认识到，这种状况的出现，责任并不在创意写作本身，而在于创意写作研究的滞后。

第二节 创意写作的兴起

创意写作有着自己的实践历史，也有自己的学科发展史。创意写作今天的

^① Greg Kuzma: *The Catastrophe of Creative Writing*, *Poetry*, 1986 (148): 349.

^② David G. Myers: *The Elephants Teach: Creative Writing Since 1880*, University of Chicago Press, 2006, p. 2.

种种面貌、路径与变异，与它自身历史的形成有着密切关系，许多现象都能通过它的历史得到解释。

一、创意写作概念的由来

爱默生（Emerson）1837年在美国大学优等生荣誉学会的一次题为《美国学者》（The American Scholar）的演讲中，明确提出了“创造性阅读和创意写作”概念，为后来创意写作实践的发展提供了理论设想，而此后写作的创造性研究和创意阅读的研究，也都在创意与教育革新、文化创新的视野中展开。爱默生认为，人在阅读和写作过程中，主动性被激发，因而阅读和写作是一种创造性活动。整个文学教育，同样具有创造性。其中，文学研究从属于更高级的、持续不断的文学创造与再创造（re-creation）。研究的基础和对象，不再仅仅是文学作品，而是文学活动（literary act）。创意写作从概念的提出到理念的形以及作为学科的建立，有着具体的针对性和逻辑清晰的发展历程。

“创意写作”虽然事实存在，但是直到美国剧作家、创意写作教师威廉·休斯·默恩斯（William Hughes Mearns）《年轻的创造力》（Creative Youth, 1925）与《创意的力量》（Creative Power, 1929）的先后出版，创意写作才正式指涉一门具体的研究课程，之前它一直以“英语写作”的名义存在。在这两部著作中，休斯·默恩斯公开了自己在林肯专科学校的教学实验，其中包括自己开设的“创意写作”课程。作为教学/写作实践的“创意写作”首次进入公众视野是在1922年。威廉·斯坦利·布雷斯韦特（William Stanley Braithwaite）在编辑《杂志诗歌选集与美国诗歌年鉴》（Anthology of Magazine Verse and Yearbook of American Poetry）时选入了一首凯瑟琳·科斯马克（Katharine Kosmak）的诗，而凯瑟琳就是休斯·默恩斯的学生之一，“创意写作”作家培养初现成果，引起人们注意。次年，默恩斯借势将学生们三年以来最好的作品命名为《林肯诗歌、小说、随笔集》（Lincoln Verse, Story, and Essay）结集出版。这是“创意写作”教学改革成果的第一次集中展示，根据林肯学校的校长奥蒂斯·考德威尔（Otis Caldwell）在前言中的陈述，出版这部合集的目的在于“全面回应”英语写作课“效果不佳”的抱怨，提供一种“检验诗歌教学成果的方法”。合集的出版收到的效果远远超出了预期，因为读者从中学到了比教材更多的东西。因而也有人将它视为创意写作正式亮相的一次宣言。

二、创意写作兴起的背景及初衷

美国创意写作研究专家迈尔斯（Mayers）指出，创意写作的兴起与“美国

高校中古典文学的式微与英语文学的兴起”背景相关。^①

19世纪70年代之前,美国文学教育内容以古希腊罗马文学(即所谓“经典文学”)为主,当代英语文学遭到忽视,教学内容脱离时代生活,那个时候,学界普遍认为,除了像荷马、维吉尔这样的经典作家,当代人的作品根本不值一提。这个问题的解决以语文学的兴起作结,然而又带来新的问题。语文学的兴起将英语当代文学抬到与古典文学同等重要的地位,但是语文学对文学作品的分析照搬了自然科学模式的分析解读,文学被当作语文学和修辞学材料,成为语文学和修辞学的外壳,文学的艺术本质被忽视了。“语言作为文学的外壳,已经被灌注了太多犀利精彩的学术内容;但问题的本质,即文学自身却被忽视了。”^②这种状况下的“写作”包括“文学写作”从属于语法练习、拼写训练和修辞规则识记。即使在写作作为课程核心的情况下,也着重培养学生在论述过程中的整洁度、敏感度、精确度、正确性及完整性。不鼓励学生在写作过程中表达自己的观点或想象,而是极尽所能地避免出现错误,写作变成语言研究的基础。

“英语写作”(English composition)在此时应运而生。针对传统写作的困境,高校普遍开始开设小说、诗歌写作课程,同时招募大量作家、诗人进入高校教学写作。哈佛大学写作系亚当斯·谢尔曼·希尔(Adams Sherman Hill)、巴雷特·温德尔(Barrett Wendell)、勒巴隆·布里格斯(Le Baron Briggs)、查尔斯·汤森·科普兰(Charles Townsend Copeland)等教师,纷纷在自己的写作课程上开始适度改革,部分课程允许学生通过诗歌或故事获得学分。但英语写作只是创意写作的前身,为后者的诞生扫清了障碍,却不是真正的创意写作。

哈佛的英语写作之所以没有更进一步,与他们开创者的写作理念有关。温德尔、布里格斯、科普兰等人都有某种深刻的道德主义倾向,在他们看来,写作是为了实现个人道德的提升,同时,他们的写作训练主要是新闻专业写作,越来越集中在“非文学”创作,英语写作已经被改造成了基本能力课程,完全摒弃了创造性自我表达的想法。在基本能力课上,写作被简化成了要求学生遵守的一系列外在标准。它变成了一种行为模式——一种纠正行为的模式。在这种理念之下,英语写作甚至成了压抑心灵的工具——创意写作的真正兴起,是在英语写作转入“非文学”状态之后。这就给爱荷华大学留下了机遇。后者主要集中在诗歌、小说、故事等虚构类的文学写作领域。

^① David G. Myers: *The Elephants Teach: Creative Writing Since 1880*, University of Chicago Press, 2006.

^② Sill: "Should a College Educate?" *Prose*, pp. 308 - 309. 转引自 *The Elephants Teach*, p. 16.

三、创意写作的前驱

作为学科的创意写作，它与传统写作很大不同的一点是在教学上的“作家教学写作”，这个传统最初由哈佛大学开创。1880年，哈佛大学首次开设高级写作的选修课程，时任哈佛大学修辞与演讲学首席教授的弗朗西斯·切尔德（Francis Child）最先尝试给二至四年级的学生每学期布置16篇作文，开始将文学教学的中心从分析研究转向写作实践，逐渐形成“文学研究最理想的结局，就是文学创作的开始”观念。切尔德之后，新一代写作教师在修辞学与演讲学课程的基础上，进一步推进了写作教学的探索，创立了“每日一题”的教学方法，即“主题必须是写作当天的见闻，表述控制在100字左右，文笔生动、流畅”。^①

勒巴隆·布里格斯和查尔斯·T. 科普兰是哈佛大学的两位著名写作教师，他们将写作教学与写作研究区别开来，开创“每日一题”“开口朗读”和“勇于发言”等新的富有启发意义的写作教法，利用自己的声望扩大了英语写作的影响。据斯坦福大学该计划的创始人——华莱士·斯特格纳的说法，创意写作“开始于哈佛的勒巴隆·拉塞尔·布里格斯院长。20世纪初，他在自己的课上要求学生进行每日一题的写作。（那是非常艰巨的一个时期，严苛的标准尚未放宽）许多美国作家都是从布里格斯院长的课上走出来的……同在哈佛的查尔斯·T. 科普兰也追随着布里格斯院长。这两个人，差不多培养出了半数那个时期的美国作家。”^②

巴雷特·温德尔在英语写作向创意写作转变的过程中功不可没。首先，他认为，教育的全部意义在于激发创作的愿望：富有生机的研究，要满足如下标准，即能够激发好奇心、抱负、愿望，以及自发的努力。任何艺术研究的真正目的，如他所说，“是产生一定的作品”。温德尔总结道：“文学研究的理想终结不只是享受诗歌，还包括创作诗歌。”^③其次，温德尔认为在高校英语中严重欠缺文学技巧研究。他在英语写作课程上，十分注重文学技巧的研究和写作训练，这种思路在创意写作未来的发展中被广泛继承，而“作家可以培养”“写作可以学习”就是建立在“技巧”的教学与学习之上。作为一个教师，温

^① Barrett Wendell: *The Mystery of Education and Other Academic Performances*, Scribner's, 1909, pp. 659-660. 转引自 *The Elephants Teach*, p. 49.

^② David G. Myers: *The Elephants Teach: Creative Writing Since 1880*, The University of Chicago Press, 2006, p. 40.

^③ Barrett Wendell: *Mystery of Education*, pp. 27, 210; *Privileged Classes*, pp. 94, 223. 转引自 *The Elephants Teach*, pp. 47-48.