

写作知识的革新

——互联网背景下对创意写作的观察与思考

汪雨萌

摘要:在中国,创意写作作为新兴学科,尚存在许多不足与挑战。其中较为重要的学科困境,一是外译教材难以本土化,二是文化产业方向写作知识的落后与匮乏。但中国创意写作学科正视困境为机遇,通过本土教材编写、网络作家培养与新媒体产业写作者培养等渠道,获得最前沿的写作知识体系,并建立学科本体论与话语权,将知识创新、师资培养、实践配合同步展开,试图建立起属于当代中国的创意写作教学及研究理论。

关键词:创意写作;写作工坊;知识生产;教学改革

中图分类号:H315 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-7343(2019)06-0057-06

如果追溯创意写作在世界范围内的发展史,可以上溯到19世纪70年代,“英语写作”作为创意写作的前身,为针对传统写作的困境应运而生。“高校开始普遍开设小说、诗歌写作课程,同时招募大量的作家、诗人进入高校教授写作”^①,创意写作开始成为一门独立课程,不必与传统的文学研究、作文学、语文学、修辞学、阐释学捆绑在一起。作家现身说法,以自身的写作经验为基础开设工坊课程,并试图提炼出具有共性的写作知识。在经历了半个世纪的尝试与努力之后,创意写作渐渐拥有了一套相对成体系的写作本体论与方法论,并在此基础上,通过新批评等文学流派,将创作理论的影响逐渐渗透进传统文学批评的理论疆域,甚至一度使创意写作的相关理论成为主流的文学研究话语。但随着20世纪50年代新批评主义的衰落,创意写作的理论发展也似乎停滞不前,虽然也曾产生过如表现主义、接受美学、模仿理论等新的创意写作本体论,但在具体的教学中这些理论似乎也难堪大任,并几乎在理论的创生期便陷入了固步自封的境地,一线的创意写作教师无法获得与时俱进的理论滋养。根据美国创意写作学者戴安娜·唐纳利的调查,广大的创意写作教师在昙花一现的知识建设高峰之后,仍然只能依靠个人的经验与学科实践的惯性开展写作教学。

在中国,创意写作的发展目前正呈蓬勃之势,但在这欣欣向荣的发展背后,创意写作教师及学者不得不面对的问题,除了与西方相似的,难以与传统文学研究及写作学剥离的困境之外,还存在许多本土的困惑,师资的良莠不齐,理论的匮乏、培养体系与目标的不明确、创意写作学科语义的含糊等等,都可能成为中国创意写作教育发展的掣肘。先天尚且不足,又赶上了后天发展的严峻考验——

作者简介:汪雨萌,1988年生,江苏海安人,上海大学中文系讲师,主要从事创意写作的研究。电子邮箱:wymwangym@126.com。

^①许道军:《创意写作的本相及其对立面》,许道军主编:《中国创意写作研究(2019)》,北京:高等教育出版社,2019年版,第28页。

© China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

中国创意写作的十年,正是网络写作高速发展的十年,从论坛文学到网络文学,从自媒体、公众号到短视频、网络大电影,中国的写作生态正因网络环境的巨大发展而呈现出极大的丰富性与创新性。中国创意写作尚未完成教学与研究理论的译介和本土化,就已经进入了教材与研究文本尚未涉及的新写作形态之中,无论是生源、培养目标、人才发展等方向,都与已知的“传统”创意写作大相径庭。

但我不认为这是中国创意写作在面临着巨大的危机,相反,这可能是中国本土创意写作及创意相关文化产业面临的巨大机遇。创意写作在英美等国的出现,本就是为打破文学研究、语文学、修辞学对写作的禁锢,但随着创意写作工坊教学与理论的停滞不前,创意写作学科也在面临着传统化的危险。我们谈论创意写作时言必称英美的时代已快要过去了,中国正在以庞大的网络写作群体及其培养获得创意写作学科最前沿的知识体系、写作本体论和学科话语权,真正建立起属于当代中国的创意写作教学及研究理论。

一、互联网时代的写作生态新变

目前中国创意写作学科的教材,除驻校作家等专业写作者提供的经验化指导之外,我们以发行量最大、目前数量最多的中国人民大学出版社出版的“创意写作书系”为例,除葛红兵、许道军等少数学者有独立编撰的本土教材之外,绝大部分教材是译自境外创意写作学者及教学从业者的指导用书。这些指导用书中的大部分首先由于来源自写作者对自己创作经验的总结,因而时常显得逻辑散乱,难成体系——这也是他们的教学与指导方式所决定的,在国外创意写作的课堂,尤其是作为主流的工坊课堂上,“创意写作基础教育并不提供理论研究的方案和成果,甚至某种程度上排斥知识传授……长期以来,创意写作学科并没有摆脱这样一种状况,它丝毫不明确,不能告诉学生通过学习可以成为什么,也不能告诉学生学完之后一定能得到什么,或者一定能做什么”^①。正因如此,在使用此类教材时,教师常常难以确定教材内容的可靠性,它们常常重复,也可能相互矛盾甚至不能自圆其说。它们难以形成有体系的写作知识给予写作的初学者以有效的指导,也同样难以适应国内聆听有余而讨论不足的传统课堂。它们更适用于已经有了一定创作基础和成果的创作者进行提高和进阶,而对于零基础的高校创意写作学生(尤其是本科阶段)而言,实在是太难抓住脉络。其次,一些指导用书如《经典情节 20 种》《经典人物原型 45 种》等,似乎提供了一些写作知识,但细究其内容其实距离中国的本土写作经验是非常遥远的。我曾在课上以《经典人物原型 45 种》为参考,为学生解释人物的塑造,但由于书中的人物原型都来源于希腊神话,与学生的知识储备相距甚远,因此远没有以孙悟空、林黛玉举例有效。

第三,目前译介的大部分创意写作指导用书所提出的实践经验与写作知识,大部分属于前网络时代,因此对于当下中国创意写作学生而言,这些书本所提供的知识价值就要大打折扣。诚然,没有任何一种文学形式会如孙猴子一般毫无根基与传统,是从石缝里蹦出来的全新形式,网络时代的创作经验——虽然可能会受到网络写作从业者的否认——并非在传统写作甚至是古典时代的写作中无迹可寻。以玄幻修仙小说为例,我曾在《人民文学》公众号组织的对谈中提到,很多的长篇、大型的网络文学,正在汇聚我们传统的神话和志怪传说,并努力构建出一个完整的、秩序的神话体系来。固然,这些小说仍然保持了传统神话与志怪故事的在地性与日常性,但他们对修炼、飞升、幻化、功德、法力这些向来没有统一标准的过程标准化、流程化,并将天上多如星斗的神佛排序分阶、归类属种,有些甚至创立了神界的货币与结算体系,法律与执法体系,因此我们确实不能很有底气地抛弃前网络时代的写作知识。但相比起知识的传承,更重要的还在于对知识的改写,正如玄幻小说对传统

^①高尔雅、郑周明:《美国创意写作培养机制与培养目标问题研究》,许道军主编《中国创意写作研究(2019)》,北京:高等教育出版社2019年版,第34页。

志怪小说所进行的体系梳理一般,对这些知识进行梳理、更新和标准化。

不仅写作环境与生态发生了变化,阅读生态与体验也在发生变化。首先我们必须承认,目前的创意写作课堂上,学生的阅读经验与过去是大不相同的,这不仅是指网络文学、动漫等亚文化对学生阅读面的影响,更重要的是,传统文学也因为网络时代的来临出现了新的亚种。如金宇澄的《繁花》、余秀华的诗歌、范雨素的非虚构文本以及“农民诗人”“打工诗人”的作品等,都是以网络为媒介无差别呈现在所有年龄段的读者面前,因而产生“出圈”式的爆炸式效应。这种对传统文学写作形式与传播形式的反叛,正是创意写作的题中之意,但不可忽视的是,它们之所以能形成规模与影响,正是因为网络时代文学与文化的趣味、语义和算法都出现了翻天覆地的变化,环境已经彻底地转化为买方市场。在文学研究领域,我们可以对这种文学现象的出现进行景观式的研究,但在创意写作研究与教学领域,我们必须承认,这些文学形式可能需要我们去深入解析,去探讨它们的发生机制与传播机制——也就是它们的“创意”所在。

除了文学类型与趣味产生的变化外,作者与读者之间的关系也发生了翻转。网络时代对文学和艺术而言可能是真正平等和民主的时代,创作与批评几乎是无缝衔接同时生产的,作者与读者在网线的两端,真正实现了接受美学所说的潜在读者参与创作的过程。在早期的论坛文学中,由于创作形式的限制,作者必须以帖子的形式将作品一段一段发表在论坛上,但随着帖子的发布,无数的回帖、点评就会涌进,盘桓在作者的几段创作内容之间,读者的阅读满足并不完全来源于主贴的作者,他们可能会在其他读者的评价和解读中获得满足,甚至有时会抛弃作者,形成一种共鸣式的话语圈,而作品本身常常只能沦为这种话语体系中的素材。论坛创作的逐步发展,形成了当下主流的付费连载式网络创作与阅读形式,因为没有购买便无权评论,这种形式进一步限制了读者的数量和范围,但也进一步增强了读者的在阅读趣味、阅读习惯和话语方式上的同质性,读者能够在评论与长评中获得的阅读快感和社交快感也因此呈几何级数上升。同样还有公众号的留言功能、电子书站点的书签共享功能、视频网站的评论与弹幕功能等,都在进一步加强写作的民主性与社交性。

此种阅读语境首先影响的是学生在创意写作课堂上的表现。读者与作者地位的变化,阅读趣味的差别在创意写作的课堂中也同样适用。课堂的互动性会有所加强,因为学生在阅读同侪的作品时会自然而然地提出自己的“留言”和“长评”,而教师在课堂上的权威性也会相应削弱,作为纯粹的“读者”和年龄上的“长者”,教师已经无法成为给学生作品定性的理想读者,甚至会微妙地处于讨论圈的边缘位置,这就要求教师有足够的网络时代知识储备,以把握课程讨论的整体走向。

二、创意写作教学与知识生产

汪政在《知识生产与长篇小说的经典化》中将写作知识分为两大类,一为陈述性知识,二为程序性知识,这些“知识”之所以成为知识,在于其可重复、可运用,“使单个知识成为普遍知识,使知识产生知识”^①。在新的写作生态中,最引人瞩目的就是陈述性知识的空前发展。所谓“陈述性知识”,就是“对世界的陈述,是对世界的重新组织,将其符号化、话语化。对长篇小说而言,就是对社会生活的反映,许多长篇小说之所以成为经典,就是因为它较早地并成功地记录了复杂深邃的历史与现实。”^②在此意义上,所有同题材作品对世界的描述应当是此知识的素材与注脚。而这一点在网络时代又有了全面的新发展,最大的特征就是陈述性知识不仅仅局限在对世界和社会生活的记录上,更应包含对作者创造性地、对未知的新世界进行的搭建和结构。前文所说的玄幻修仙小说就是明显的例子,在起点、晋江等大规模的文学网站上,玄幻修仙小说的数量几乎是不可胜数的,而一些所谓“经典网

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

①②汪政:《知识生产与长篇小说的经典化》,《长篇小说选刊》2019年第5期。

文”之所以在这浩如烟海的作品中脱颖而出,并非仅仅是因为它们符合了类型写作价值观中的某些积极因素如跌宕起伏的情节、典型人物与典型性格、感人至深的主题或是优美典雅的语言等,更深层的原因是这些网络文学作品建立了新的、符合逻辑的超验世界,并将此超验世界细节化、标准化,足以成为后来作品建立相似世界的标杆与素材库。一部“爆款”所建立的世界足以让读者信服并沉浸其中,并以此确立一种新的类型文学门类,这不能不让人感慨“陈述性知识”对作品的巨大作用,也让我们看到在写作领域,作者对前辈们陈述性知识的领悟与总结已经远远超越了我们这些创意写作教师的速度。这些“陈述性知识”也许并非原创,有些就来源于前网络世界的创作素材如神话、民间传说、漫画等,但将自身的阅读经验如此高效地转化为写作素材并形成一套可流转的、可重复运用的结构性素材体系,甚至产生一定的“原教旨主义”,在我看来,这已经是一条完整的知识生产线。其他的门类如刑侦、盗墓、种田、宫斗、科幻、机甲等,也同样建立了相对完整的知识体系与生产流程。

在我所教授的小说写作课程中一共有17名学生,在创作题材的选择上有6位同学选择了科幻(玄幻)作品,2位同学选择了悬疑类作品,5位同学选择了言情类(纯爱类)作品。这说明在创意写作专业的课堂上,传统文学与传统题材的优势已经不复存在,新的写作生态已经在这里徐徐展开,如果我们还守着传统的写作教材与写作程式,就几乎不能对这些新题材和新文类的写作者提供知识性的帮助。当然,我并非是说创意写作的教师必须熟知网络文学的种种门类,对它们的陈述性知识了如指掌,但我们至少可以通过梳理基础的陈述性知识的内在逻辑,给学生创造的超验世界以逻辑的支撑。我曾在课堂上试着与创作类型文学的学生探讨他们所创造的世界架构,他们是不是对此世界有足够的了解?情节的发展在此世界架构中是否具有唯一性与必然性?读者是否能理解这个世界的运行机制?在小说没有写到的地方,你有没有探索过你创造的世界中那些未知的领域?学生常常在此过程中陷入瓶颈,他们有着创造新世界的好奇心与勇气,但却缺乏逻辑与陈述性知识的支撑,因此教师的职责在于为他们提供严密的逻辑链条,来填补学生思考中不完善甚至矛盾的地方,或具备基本的类型文学、网络文学的陈述性知识,在学生构建世界出现困难时,可以提供基本的解决方案。由此引导学生在创作中建立属于他们自己的、圆整的精神世界。

“程序性知识”则是指“给人以图式、程序、工艺和技能,在于它能为人类的物质与精神生产提供条件和能量的思想、观点、方法和技巧——在结构、叙事、人物、语言,直至文体等方面提供独特而有效的观念和方法,并且在实践层面提供可资借鉴的成功文本。”^①这是指长篇小说的“程序性知识”,我们不妨借鉴一二。但从创意写作的发展方向与培养目标上看,尤其是在网络时代,我们对“程序性知识”的内涵也应当做一些修订与改变。葛红兵、许道军在《中国创意写作学科建构论纲》中对创意写作的培养目标作出了明确的论述,“创意写作通过专业培训培养文化产业核心从业人员”^②,使创意写作在单纯的“培养作家”“成为作家”之外,有了新的发展方向。这并非只是要抢占文化产业领域发展的先机,更是适应网络时代的飞速发展而做出的变革。除了传统的文学写作,2019年世界华文创意写作大会提出了创意写作社会化的概念,从与会教师与学者提交的论文与教学手记来看,许多创意写作教学人员,尤其是基层高校的教师更注重具有社会效应和实用效应的写作教学,如非虚构写作、应用文创意写作、新媒体写作、大数据写作、广告文案写作等,并提出了一些个人的教学方法如关键词教学法、故事型文案教学法等,证明在创意写作的发展道路上,一线教师已经敏锐地发现了互联网时代赋予创意写作的新机遇和新身份。但一方面这样的方法毕竟还是少数,只能算是创意写作教学的一些“试点”,尚未形成规模和体系;另一方面,要如何在文案写作、新媒体写作这些新兴

^①汪政:《知识生产与长篇小说的经典化》,《长篇小说选刊》2019年第5期。

^②刘卫东:《中国创意写作的三个路径:文学教育、文化产业与文化创新》,许道军主编:《中国创意写作研究(2019)》,北京:高等教育出版社2019年版,第51页。

写作领域确立创意写作教学的合法性与独特性,也是我们需要思考的问题。

市面上实用型文本如广告、方案、文创等,已经出现了大量的指导用书,一些是译介的,也有本土从业人员撰写的,但总体而言,这些指导用书多是以市场与营销为导向,研究吸引眼球、达到宣传目的的一些所谓“套路”,也就是一些基础的“程序性知识”;非虚构目前的教材大多还集中在采访式写作、报告文学的方向;新媒体写作教材几乎没有,多是以网络课程形式出现(这也是适应网络时代的新的教育形式),以“10万+”“流量变现”等市场营销所驱动的基础程序知识,包括如何进入主题、如何分段、如何打动人心及如何图文并茂等等。看起来,社会性、实用型写作教育教学资源是充沛的甚至是过载的,并且无论是网络文学领域,还是新媒体领域,都可以看到当下的写作者对于自身写作行为的深刻自觉性,他们的每一篇“10万+”,每一个小视频、每一篇网文的每一个章节,都可以从中抽取出一定程序性知识的痕迹,可以说,在进入文化创意产业的道路上,创意写作的教与学及相应的理论整理,都落后于从业者本身。举个例子,当我以现有的创意写作小说教程对科幻小说的初学者进行指导时,会感受到学生的抗拒和困惑,复杂的世界如何建立?怎样向读者阐明自己世界观当中难解的部分?怎样减少干巴巴的背景叙事?都是他们面临的问题,但这些写作技巧上的疑问,从业者都有一套自身机制可以处理。

但随着美团广告、滴滴广告、南方系非虚构、咪蒙公众号等一系列作品遭遇滑铁卢,就可知如今被“套路”“鸡汤”“情怀”等所裹挟的实用写作与新媒体写作正在面临着相当大的危机。从业者似乎很难将市场化的程序性知识向写作、文学的程序性知识转化,最终造成内容的同质化、僵硬化和读者的流失。而创意写作则可以在此立足并发展建设出属于自身的写作理论体系,填补这一转化过程中的空白。一方面以创意激发教学的形式,从根本上转变实用文体的创意来源与思路;另一方面,则根据自身的学术与文化优势,综合文学研究、文化研究、心理学、社会学等其他学科,并结合基础的写作训练,培养真正具有社会关怀和语言优势的创意写作人才。最重要的是,应当在明确创意写作作为实践导向型学科的基础上,将创意写作的实践教学升华为创意写作的实践研究,建立实用性文本、非虚构文本、新媒体文本、超文本(如vlog、短视频、展览、行为艺术)等方向的类型学研究,如对软文广告、科普类文本、情感类文本、纪实类文本等形式细分研究等,最终形成可以指导实践的教学思想与理论。

总而言之,要在网络时代建立创意写作教学的合法性与独特性,就要摒弃对网络文学、新媒体写作及实用写作的景观式研究,深入到网络时代的写作现场,理解其产生的写作逻辑与阅读逻辑,并对已发生的文本进行创意思路与写作思路的双重细分研究,通过在场的研究和解析,形成真正有效的、可重复、可持续的写作知识与写作理论。在我的观察中,目前高校创意写作专业或方向的老师,有一部分来自创意写作专业,具有专业的写作背景,并具有自己的写作实践经验,但仍然有很大一部分教学人员来自其他的学科背景,如现当代文学、比较文学、文艺学甚至翻译、外国语言文学等等,他们并非直接写作者,可能无法从自身出发与学生产生写作上的移情教育。未来创意写作将进入更加广阔的领域,创意写作的教师也不可能去一一尝试进入,成为每一个写作门类的直接创作者,创意写作教学就非常需要专业提供更多明确有效的知识与教学理论。这些理论应当建立在对写作实践的客观研究之上,减少“传统”创意写作的个人经验与“顿悟”,将创意写作的教学理论和研究从创意激发到具体门类的具体写作都能真正体现学科性、可操作性、可评价性,以此使每一个身处创意写作学科中的师生都能受到指导与启发。

三、网络时代的“产学研一体化”

经提到过,网络时代写作生态的一个重要特点,就是写作者对自身写作知识的高自觉性,以及对商业化和传播度的高敏感性。但从上海大学创意写作中心与阅文集团合作,以及华东师范大学创意写作研究院与分众传媒的合作来看,新写作生态所需要的写作知识和写作理论仅仅依靠“学”,或仅仅依靠“产”都是不够的。在华东师范大学创意写作研究院的成立仪式上,“分众传媒董事长江南春先生在讲话中谈到,华东师大中文系的学习经历给予了他思想上的巨大启迪,商业逻辑和文学思想看起来差距甚大,但有殊途同归之处。读一首诗歌时,两个陌生的词语组合在一起,会擦出全新的火花,迸发出独特的价值。分众传媒的创建,就是一种文学反向思考的结果”^①。一方面,在写作理论与教程的更新上,文化与写作产业能够给创意写作学科提供师资、经验与新的角度和评价体系,这对于创意写作在未来能否建立独特的话语体系是至关重要的。另一方面,创意写作本身的知识更新,又能够指导文化产业的健康发展,约束和遏制文化产业野蛮生长时可能会面临的低俗、单薄、过分商业化等明显的趋势。正如刘卫东所言:“正是文化的产业化构成了中国创意写作不断演进和发展的内在逻辑,内容的产业化、产业人才培养的几枝花,共同促进了中国创意写作的发展。而创意写作学科的建设,又为理论层面的探究留出了空间。创意写作的学科建设和文化产业的结合,不仅仅是表面上把不同的产业关联起来,其背后关系到对文学、文化和创意的现代转化的深刻认识。”^②

网络时代的来临,改变了传统业态长久的生存模式,创意写作也不会例外。作为创意写作研究与教学的新人,我还无法对创意写作知识的变革提出系统性的看法,就在此提出我在课堂内外的一些观察与思考。戴安娜·唐纳利曾在她的作品《作为学术科目的创意写作研究》一书中描绘创意写作当下所面临的困境与机遇,其中重要的一点就是“我们的学生”,他们拥有最先进的硬件、最灵活的头脑和最好奇的心态,他们早已对新的写作生态习以为常,多线并进、文体交杂、超文本、流量与号召力对他们而言都是并不陌生的写作与评价体系。作为实践学科,教学理论是我们最重要的研究与发展对象,我们所做的一切都应以服务写作者为最终的目标,如果在理念与理论上都无法追赶我们的指导与服务对象,创意写作就会成为一纸空文。作家工坊也好,写作项目也罢,我们要面对的学生与写作者都在向我们发出对新的写作知识的渴望与呼喊,我们又有什么理由不去尝试呢?

Innovation of Writing Knowledge: Observation and Thinking of Creative Writing Teaching under the Background of Internet

Wang Yumeng(Shanghai University)

Abstract: As a new discipline in China, creative writing still has many deficiencies and challenges. One of the important subject difficulties is that it is difficult to localize foreign translation teaching materials, and the second is the backwardness and lack of writing knowledge in the cultural industry writers' training. However, China's creative writing discipline is facing dilemma as an opportunity. Through local textbook compiling, online and new media writer training, it gains the cutting-edge writing knowledge system, and establishes its discipline ontology and its right to speak. The discipline of creative writing combines knowledge innovation, teacher training, and writers' practice, and attempts to establish a new teaching theory that fits contemporary China's creative writing.

Key words: Creative Writing; Writing Workshop; Knowledge Production; Teaching Innovation.

^①《重磅!华东师大成立中国创意写作研究院,获千万资助》,搜狐网,网址:http://www.sohu.com/a/272856351_407275,发表日期:2018年11月2日。

^②刘卫东:《中国创意写作的三个路径:文学教育、文化产业与文化创新》,许道军主编:《中国创意写作研究(2019)》,北京:高等教育出版社2019年版,第51页。