

<<故事效应>>

图书基本信息

书名：<<故事效应>>

13位ISBN编号：9787538291650

10位ISBN编号：7538291652

出版时间：2011-6

出版时间：辽宁教育出版社

作者：杨照

页数：176

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<故事效应>>

前言

一本“关于故事的故事书”(自序) 因为相信几件事,所以写了这样一本书。

我相信的第一件事:人具有被故事吸引的本能,不只喜欢听故事,而且喜欢转述故事,而且喜欢参与在故事里。

故事,本雅明(Walter Benjamin)说得最透彻、明白,是“来自远方的亲身经历”,点出了故事的两项特质——故事不是切身、天天可以遭遇的经验,还有,故事具备有让人信以为真的能耐,这两项特质,定义了故事。

我相信的第二件事:故事没落了,不是因为没有了好的故事,也不是因为没有好的说故事的人,而是因为听故事的人消失了。

更精确一点说,我们失去了听故事的态度,没有这种态度,再精彩的故事我们也无法从中得到乐趣。

能听故事的人,首先要对日常生活以外的事物,抱持高度兴趣。

他不能看见每样东西每件事,都先问:“这跟我有什么关系?”

“这对有什么用?”

“抱歉,故事迷人之处,正就来自其陌生稀奇,不是随便会有用,会和我们发生切身关系的。”

听故事的人,还得愿意相信陌生稀奇的事真的发生过、真的会发生。

他也不能先抱持了“哪有可能!”

“别唬弄了!”

“的怀疑,去面对所有不在他经验范围的事。”

故事没落,其实是一个社会的警讯,表示这个社会大部分的人,习惯于日复一日重复熟悉的经验,以为那就是天经地义,不相信在此之外有别种生活,有非常传奇。

这样的社会,一直在自己有限的经验中打转,怎么可以有什么创意呢?

这就是我相信的第三件事——不爱听故事、不会听故事的人群、社会,封闭、自我、功利,也就不可能太有创意。

不过既然人的天性中有被故事吸引的本能,因此我们也就有机会、有可能复活故事,让“故事意识”沉睡了的人,醒来重新领会故事的绝妙好处,享受故事单纯、干净的乐趣。

从睡到醒,关键在于:让大家比对理解,相较于故事中展现的广幅人生可能性,我们的现实生活多么狭窄;相较于故事中的传奇转折,我们能够亲身遭遇的生命戏剧何其平淡。

换句话说,让大家转个大弯,对现实不耐,对故事既羡慕又忌妒。

“故事意识”有可能被唤醒,可以召唤一批新的“听故事的人”,这是我相信的第四件事。

我还相信第五件事:故事的好处,只能靠故事来彰显,不可能用说教说理来进行,说理就不是故事,人无法被“说服”去享受故事,人只会在享受故事之中想望更多的故事。

所以只能用故事来引领故事,用故事来示范故事的迷人特性。

因而,这是一本“关于故事的故事书”。

用一个接一个故事来说明:喜爱故事是天生的,然而生活的规律反复磨损了我们对于故事的敏感,同时也就弱化了说故事的本事,如果重新培养了说故事的能力,那就能够在故事贫乏的时代,刺激创意并创造价值。

关于故事的道理,三两句话就可以说完,但是故事本身,各种人间戏剧传奇,即可以一直说一直说。

杨照 2010年7月

<<故事效应>>

内容概要

这是一本关于故事的故事书。

杨照相信故事蕴含启示的永恒灵光，也忧心听故事的人消失了，故事没落了，因此敲响警钟。

他用了五十个故事代替精密的论述，庖丁解牛拆解故事的本质，分类为“对故事的冲动”、“故事的功能”、“说故事的方法”以及“重新认识故事”四个部分，每篇文章一千字左右，用故事包裹阐述，彼此灌注，轻巧迷人。

肖邦、乔治桑与《雨滴前奏曲》的“鬼”典故；南非“三个朋友”保险套对抗艾滋病的成功案例；披头士与美国总统的愚贤，示范了故事的巨大能量。

<<故事效应>>

作者简介

杨照，台湾文学才子，本名李明骏，一九六三年生，台湾大学历史系毕业，美国哈佛大学博士候选人。

曾任民进党国际事务部主任、《明日报》总主笔、远流出版公司编辑部制作总监、台北艺术大学兼《新新闻》周报总编辑、东森ETFM联播网“周末大人物”主持人等职，现为《新新闻》周报副社长。

杨照悠游于不同身份，以利落又不失幽默的笔触与谈吐，准确刺中问题核心，然而他对文学、历史、音乐与美食的爱好，又让人在他的言谈中得以感受诗意与浪漫的光彩。

学历史的杨照，总尝试着由更宏观、广泛的角度来理解问题：从时事或现象中反应“文化”与“人”的问题；从字里行间中寻找经常被忽略的细节，及其所反映出的文化线索与特质。

杨照喜欢小说，“不管发生什么事，我每天一定写小说”。

政治新闻看起来很热闹，这些热闹的事情是重复的，牵涉到一个漫长的、像学徒一样的过程，牵涉到你对整个生命、世界的看法，你需要不断地去琢磨你的记忆。

著有：

长篇小说《吹萨克斯风的革命者》、《大爱》、《暗巷迷夜》

中短篇小说集《星星的未裔》、《黯魂》、《独白》、《红颜》、《往事追忆录》、《背过身的瞬间》

散文《为了诗》、《悲欢球场》、《场边杨照》、《Cafe Monday》、《迷路的诗》

文学文化评论集《我的二十一世纪》、《在阅读的密林中》、《问题年代》、《十年后的台湾》、《面对未来最重要的50个观念》、《困境台湾：我们还能怎么办？》

》

获奖情况：

1983年度剧本《秋日小镇纪事》获优良电影剧本；“行政院”新闻局优良电影剧本奖‘唯一一本用本名出版

1990年以《胖》一文获联合报第十一届小说奖

1991年以《落发》一文获联合报第十二届小说奖

1992年获第2届赖和文学奖

1993年以《雪祭》一文获联合报第十四届小说奖

1994年以《家族相簿》获吴浊流文学奖小说正奖

1994年获第17届吴三连文学奖

1994年以《天堂书简》获第十三届洪醒夫年度小说奖

1995年以《暗巷迷夜》获中国时报开卷版选为年度十大好书

<<故事效应>>

书籍目录

第一章 深藏在人类经验中的故事冲动

- 1.故事比现实、比真实更多样更丰富。
- 2.故事是假的，带给读者的众多感应，永远都是真的。
- 3.故事是联络已知与未知的奇妙桥梁。
- 4.每一个故事最核心讲的，其实都还是人与世界的关系。
- 5.故事也是人类理解周遭世界最初的手段。
- 6.我们需要比反复生活规律丰富的传奇故事，来让规律生活变得可以忍受。
- 7.对于突显身份与名字的故事，我们有着天生的好奇弱点。
- 8.那想像中的生命，对观众而言，跟现实的生命一样可贵。
- 9.任问东西被摆进故事里，就吸引我们不同的眼光，让我们看到不同的事物重要性。
- 10.故事找出一条让我们更容易与音乐共处的途径。

第二章 故事的功能

- 1.精彩的故事让人可以快速掌握关键重点。
- 2.要有特色才能被记得，而故事正是找出特色、突显特色最有效的工具。
- 3.好的故事几乎都拥有某种异质生命的对照效果。
- 4.传奇故事也因而可以帮助我们快速分辨出谁跟我们同类，谁不是。
- 5.盖长城的故事，团结了同胞们，让大家参与在这个大而无当的故事里，而有了共同体的感受。
- 6.故事是我们理解世界的缩写。
- 7.故事突显生命共通的细节，藉由单一生命戏剧性的变化对照，将巨大缩小，同时让巨大能够被我们看到、听到。
- 8.进入故事、还原故事，我们发现原来很少有什么东西真正是偶然突发的。
- 9.故事，是人与不属于人的巨大、抽象事物间，颤颤巍巍、飘飘摇摇存在着的桥梁。
- 10.故事，把我们带离世俗，也就同时帮我们接近素心童真。
- 11.故事具备强大的穿透力，可以跨越空间的限制。

<<故事效应>>

12.故事宣扬着许多没有被实现的变化，保留了人们对于变化的好奇与冲动。

13.搭迪士尼的云霄飞车，不只是搭云霄飞车，更是走进一个故事，体验故事。

第三章 说故事的方法

1.故事会变形转型，因为改编改写一个旧故事，比新创一个故事架构，容易快速获得认同。

2.好的故事、精彩的故事，甚至可以含纳自身的否定对反。

3.古怪、奇特、不常见、违背道理，这些就是故事的基本精神。

4.用对的方式夸张推论，让“吹牛”、“瞎扯”比现实真实更吸引人。

5.我们能透过故事读到背后的社会与时代，并体会故事与社会间有趣多样的关联。

6.迷人、能够长久流传的故事，必然有其闪亮如钻石的核心部分。

7.对的观点，好的叙述策略,缩短听故事的人跟故事间的距离。

8.讲一个“内幕故事”，关键之处就在能否找到一个类似“家庭女教师”的角度。

9.故事的戏剧性落差远超过我们的一般日常经验，于是听故事的人必然将日常经验暂放一边，只感受故事。

10.这个牵涉列“英国圣诞蛋糕”，没有落实的荒谬故事，却成了我们体会佛西丛林生涯，最鲜活的插曲。

11.善说故事的新渡户稻造就靠并列三个表面上分歧相异的故事，让故事彼此互注

12.杰弗逊和汉密尔顿的抗衡故事里，有着让故事吸引人的一项核心素质——戏剧性的对照与反转。

13.我们心中问着这些人间故事的好奇问题，也就肯定了桑德作品至高无上的艺术地位与价值。

14.失败让人厌恶、然而英雄失败的悲剧故事，却会引来同情与谅解。

15.《纽约客》可以不需要照片，这个杂志用丰富的故事，跟读者“博感情”。

16.不用将魔鬼翻转写成天使，歌德赋予魔鬼新的性格意义。

17.好的故事，除了让人相信让人深刻感受，也要考虑带给信了、感受了的听故事的人，什么样的生命效应。

第四章 重新认识故事，拾回对故事的好奇心

1.好奇先于故事存在，是一种准备要相信和生活经验很不一样的事物的态度，这种态度让人接近故事，接受故事。

2.哈斯汀让书庄严高贵，库哈斯让书活泼刺激，他们仔细考虑了要让藏了大量的书的建筑，对市民们诉说什么样的意义。

<<故事效应>>

- 3.奥笃邦的昼，不是大自然实景，而是他以仿声鸟和响尾蛇为角色，在昼面上创造出的一个虚构故事。
- 4.透过艺术品，看见平常我们不会集中、专注去看的真实生命、真实时空、真实故事。
- 5.温妮·丽姆的雕刻本事，无法说服马克·吐温，不过环绕着她浮现出的天才故事，而不是她具体的雕塑成就，说服了美国国会。
- 6.特洛勒普的坦白实话，违背了那个时代读者对于文学、对于文学作者的想像。
- 7.几百个市场，几千摊菜贩中，这个市场这一摊独独突显出来了，就有一些人被故事带领到这菜摊前，为了亲历故事里诉说的老板娘和她的热情。
- 8.故事原本最迷人的地方，就在它把人带进一个异质的时空中，放掉了自我，融化在故事创造的时空里。
- 9.正因为期待着有将来还要回头记忆述说的故事要发生，所以我们不辞麻烦地拍照、洗照片、排相簿。
- 10.要减少压缩简化资讯产生的决策错误，最有效的办法，是重拾故事好奇，养成对故事的兴趣习惯，别轻易接受别人准备好的简单结论。
- 11.故事结束了就是结束了。

<<故事效应>>

章节摘录

“那是十几年前、快二十年前的事了，早在“小强”成为蟑螂的普遍代名词之前。我们几个人在和平东路上的“芳邻餐厅”喝咖啡聊天，突然一道黑影从脚边闪过，眼睛最尖的张大春马上抬臂招了旁边女服务生，故意用一种不动声色的口气说：“刚刚有一只老鼠跑过去……”那个女孩竟然也就轻描淡写地回了一句：“你是说小强啊！”一座绝倒，连反应超快的大春都一时哑然失笑，不晓得该接什么话，当然本来在一家餐厅看见老鼠横行的不可思议心情，以及兴师问罪的怒气，也都在那瞬间消失了。

“你是说小强啊！”
“这么简单的一句回话，为什么会有偌大的力量？”

因为简单一句话，却彻底改变了那只老鼠的意义，它不再是随便一只因为厨房不干净而闯进来的老鼠，不是清洁品管失败的证据，这只老鼠有了一个名字，有了一个身份，也就似乎有了在这个空间跑来跑去的道理。

不是真正的道理，毋宁是故事，或故事的暗示。女孩的话语显示，这只叫做“小强”的老鼠是有来历的，它有特殊的本事或特殊的经验，所以才有了专属的辨识称呼。

对于身份，对于名字，对于突显身身份与名字的故事，我们有着天生的好奇弱点。我们的直觉欲望，会从原本习惯的反应——过街老鼠必除之而后快——转变成想要知道：为什么它会叫“小强”？它在这个厨房这个餐厅有过怎样的奇特表现吗？

上世纪九十年代，尤其是共和党控制众议院，金格利契担任众议院院长时，对公共电视展开了猛力的攻击。金格利契公开痛批公共电视是一小群菁英分子用国家的钱搞满足自己的小众价值，与美国社会主流脱节。

其他共和党议员语带讽刺举例：麦当劳靠满足每个人的味觉才赚了那么多钱，偏执的公共电视只能靠政府预算支撑。

金格利契带头，许多共和党议员呼应，要将公共电视系统“民营化”切割卖掉。这样的声浪，一度让公共电视看来岌岌可危。

然而，1996年之后，共和党对公共电视的总攻击快速退潮了。理由很简单，几位最积极想要拆掉公共电视的议员，纷纷落马败选，没有机会回到议会，执行“民营化”公共电视的计划！

一位落选议员分析自己选情逆转的关键：“我们对公共电视发动正面攻击，开始确实取得了许多选民认同，可是一旦这个议题炒热了，“芝麻街”的那只鲜黄色大鸟就跑出来，无辜、可怜兮兮地问：“为什么他们一定要杀了我呢？”我们就完蛋了。

“公共电视的资源分配与节目的价值偏向，这是多么复杂的东西，而且必定引来不同立场的不同评价，一般观众没办法有清楚、坚定的想法。

然而，太多人认识“芝麻街”里每个可爱的角色，这些角色都有他们的个性，有他们每集每集不断延续的故事，观众们清楚、坚定地拒绝让这些陪一代代小孩学习长大的角色、故事消失。故事赋予“大鸟”生命，那想像中的生命，对观众而言，跟现实的生命一样可贵，甚至比现实的生命更可贵。

怎么能杀了“大鸟”呢？

当然宁可用选票干掉威胁“大鸟”生命的议员了！

……

<<故事效应>>

媒体关注与评论

杨照是台湾中生代最有影响力、优秀的评论家，写作最出色最勤快的评论家。他是最活跃的公共知识分子。

——梁文道 杨照就像一个在民间晃荡的吟游诗人，又像一个上古时代荒原部落的预言者，他说故事的技巧及语调却足以使听众明了那句古训：单是故事，便已包含一切。

杨照以生动而全面的文本观察提醒我们：不止是知识和想象力在召唤故事；故事也在丰盈着我们的知识和想象力，这个循环不息的过程既是文学教养，也是文明内容。

——张大春 杨照始终是一个勤劳且负有使命感的评论者；二十年来，我在他的文字中学习到如何透过写作去试图让我们所学的学院知识更公共化，让我们的书写作为武器去对抗时代的衰微。

——张铁志

<<故事效应>>

编辑推荐

杨照之于台湾，就像梁文道之于香港，陈丹青之于大陆。

台湾小说家兼文化评论家杨照，呛时政、拗历史、拼创意，用故事本能 重塑世界！

故事虚假，古怪，奇特，不常见，违背道理，却能给人真实感应，可贵的生命、消失的变化。任何东西摆进故事，就吸引不同的眼光，任何人参与故事，就有了共同的感受。

《故事效应：创意与创价》是本小到用2个小时就看得完的小书，又大到你必须再三重读镇日思量。

读完后，你一定会对现实不耐，对故事羡慕又嫉妒。

<<故事效应>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>