

创意写作

创意经济时代语文教育的改革深化

许道军

摘要: 创意经济时代已经来临,“创意”是其核心驱动要素。新经济形式对人才提出了新需求,语文教育应主动面向新时代,承担新使命,为创意经济人才的培养打下基础。创意写作引入中国高等教育并正式获得二级学科地位后,正在向基础教育、语文教育延伸,语文教育也应借此深化改革,对接创意写作以及创新创造教育,在语文教育理念、人才培养目标、阅读与作文教学等教育措施方面加强对主体性、创意与创造能力、写作与沟通能力、批判性思维等方面的培养,同时也应在传统语文教育盲区加入产业意识、版权意识、服务意识等创意经济相关内容。

关键词: 创意经济;创意写作;语文教育;创意;改革深化

创意经济时代,经济与社会发展对人才有新的需求,“源自个别创意、技术及才干”的重要性越发突显,其中“创意”处于能力要素的第一位置。“创意”需要激发,也需要培养。英美等国家创意写作学科打通了基础教育与高等教育,在提供大批量创意人才及培养与提升全民创意创造能力方面起到了引擎作用,有力地支撑了创意经济的发展。2007年前后创意写作首先被引进中国高校,经过十几年中国化探索后,被正式列入中国语言文学二级学科,命名为“中文创意写作”。创意写作在高校蓬勃发展的同时,一些学者已经尝试将其理念与方法引入中小学基础教育,尝试改革作文与阅读教学,但这些改革仍处于零星与试探阶段。如何深化改革中国语文教育,在传承与创新的基础上,实现基础教育与高等教育一体化,共同承担创意人才的培养与输出,以适应创意经济时代人才需

求,是我们亟须面对的问题。

一、创意经济时代的来临及其特征

20世纪初,经济学家熊彼特(Schumpeter)在其著名的长波理论中提出了创新(innovation)是经济增长的根本动力观点。经济学家罗默(Rohmer)认为,创新会衍生出无穷的新产品、新市场和财富创造的新机会,创意是一国经济增长的原动力。“创意经济之父”约翰·霍金斯(John Howkins)认为:“创意就是催生某种新事物的能力。”^①佛罗里达(R.Florida)依据经济发展内驱力的区别,将世界经济社会发展史划分

^① [英]约翰·霍金斯:《导言:专利的艺术》,《创意经济:如何点石成金》,洪庆福、孙薇薇、刘茂玲译,第3页,上海:上海三联书店,2006。

为农业经济时代(A)、工业经济时代(M)、服务经济时代(S)、创意经济时代(C)四个时期,而当下正逐步进入创意经济时代。创意经济的主要形式是创意产业,英国将创意产业定义为“源自个别创意、技术及才干,通过知识产权的开拓和利用,用潜力创造财富和就业机会的活动”,它包括文化艺术,如表演艺术与视觉艺术;设计,如服装设计、广告设计等;媒体,如电视与广播、电影、网络游戏等;出版,如书籍出版、数字读物等。创意产业处于产业链、价值链的高端,是跨越多个行业、渗透诸多行业的产业。^①霍金斯认为版权、专利、商标和设计产业四个部门共同构建了创意产业和创意经济,其产品都在知识产权法的保护范围内。中国学者厉无畏、王慧敏归纳了创意经济的特征:“创意产业有三项共通的核心构成元素:①以创意为产品内容;②利用符号意义创造产品价值;③知识产权受到保障。”^②

创意经济时代已经来临,创意产业成为这个时代重要的产业形式,它们创造了大量财富和就业机会,并且正在高速发展。世界著名经济城市、主要发达国家正在积极推进创意产业发展,甚至将其作为国家支柱产业。这种新的经济增长方式及思路为我国提供了借鉴,也提出了挑战:“创新创意和创作创意成为社会经济的核心推动力,部分发达国家或地区通过‘创意国家’战略,已经率先进入‘创意国家’行列,享有发达创意国家红利。对标欧美的先发创意国家,建设‘创意中国’势在必行。”^③

创意经济对新时代人才提出了新需求,这种需求首要是创意能力,而创意“必须是个人的、原创性的,且具有深远意义的”^④。这意味着,创意经济时代的人才必须有个人创意能力,而这种“创意”与“创新”又并非“炫技”,更不是“天马行空”,而应具有应用性。正如创意大师赖声川所指出的,创意必须针对问题,不针对问题的创意是盲目或无效的创意,是无意义的花样翻新或“大聪明”。

创意需要激发,创意人才需要培养,包括个人创意人才,也包括创意阶层:“创意人才是创意产业的第一生产力,把壮大创意阶层作为政策鼓励的方向,会为创意产业带来持续发展的动力。”^⑤对于一个国家来说,它不只需要一个

或几个卓越的创意天才,更需要整体的创意基础,创意阶层的崛起和大批量创意人才的产生方可支撑一个国家整体创意产业的需要。无论是卓越的创意天才还是大批量的创意人才,或是整体的创意基础,都离不开与之相适应的现代教育体系和相关学科支撑,这个学科就是创意写作。

二、创意写作的兴起与创意人才的培养

创意写作是“一切创造性写作的统称”,它既一如既往地致力于传统文学的“写作的创意”,又适应文化产业发展新变化,面向现代文化创意产业,开展“有创意的写作”。^⑥它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、新兴技术条件、日常应用等在内的非文学写作。创意写作的本质是“创造性活动”,创意优先且以创意为本位。创意的原创性催生了创意作家的实践,创意的产业化流动及实现导致了包括文学阅读、图像/影像/视频观看、游戏体验、文案采用等内在的消费。其逻辑起点是“创意”,中介是“写作”,终点是“文化创意产业和公共文化事业”。起点为终点服务,也就是说,所有的“创意”都面向文化创意产业的繁荣和公共文化事业的提升,其中包括文学写作的繁荣,全民创意能力的提升,人人都能写作的意识和人人成为作家的权利。^⑦创意写作因此而产生,也的确能够为后者提供巨大支持并因此而得到持续发展。比如在美国历史上,

① 转引自褚劲风:《世界创意产业的兴起、特征与发展趋势》,《世界地理研究》2005年第4期。

②⑤ 厉无畏、王慧敏:《创意产业促进经济增长方式转变——机理·模式·路径》,《中国工业经济》2006年第11期。

③ 葛红兵、高翔:《“创意国家”背景下的中国当代文学转型——文学的“创意化”转型及其当代使命》,《当代文坛》2019年第1期。

④ [英]约翰·霍金斯:《导言:专利的艺术》,《创意经济:如何点石成金》,洪庆福、孙薇薇、刘茂玲译,第3页,上海:上海三联书店,2006。

⑥ 葛红兵、许道军:《中国创意写作学学科建构论纲》,《探索与争鸣》2011年第6期。

⑦ 许道军:《创意写作的兴起与创意写作研究新范式探索》,《文艺论坛》2024年第1期。

“超过50年的大学创意写作训练让社会整体的创造力得到提升”^①,在中国也是如此,“南京成为‘世界文学之都’,以创意写作作为原动力的创意产业起到了至为关键的支撑作用”^②。

作为一个学科,创意写作不仅培养文学作家,还更多地着力于为整个文化产业发展培养具有创造能力的核心从业人才,为文化创意、影视制作、出版发行等所有文化产业提供具有原创力的创造性写作从业人员。^③作为学科,其人才培养目标有高低之分,低目标主要是培养学习者的知识、能力与素养,而高目标则是培养文学作家,以及“提高学生对国家公共文化政策和文化产业政策的解读能力,为国家培养公共文化和文化产业事业的高端领导者、推动者。培养创意师,包括:艺术家、广告人、策划人、传媒人、出版人、设计师、文化娱乐人、经纪人等”^④。

创意写作兴起于美国,后在全世界推广发展,为所在国家、地区的文学繁荣和产业发展做出了巨大贡献,美国、澳大利亚等国家受益颇多,创意写作学科与创意产业良性循环,相得益彰。而在创意产业发达的英国,“创意写作”作为一门学科在英国高等教育体系中遍地开花、迅猛发展。^⑤二者之间的正向关系非常明显。中国于2007年前后引入创意写作,2024年正式将其列入中国语言文学二级学科,标志其进入了学科化发展阶段,从世界经验来看,创意写作学科应该也必定为创意经济做出积极的贡献。但目前中国创意写作仍旧主要停留在高等教育(甚至目前主要集中在研究生教育)层面,其发展需要基础教育尤其是语文教育的支持,而当下语文教育自身存在许多弊端,亟须深化改革、开展创意教育以及为对接创意写作打下基础。

三、语文教育理念认知的变革历程及改革困境

语文是一切专业教育的基础,也是基础教育的核心,关乎听说读写的基本技能,其重要性已经得到充分认知,然而有关语文的性质、语文教育的理念、培养目标以及目标实施的途径等,却长期处于争论之中,围绕上述问题的改革,也一直在路上。

在1955到1992年间,有关语文的认知集中在“工具性”和“思想性”层面,其中“思想性”经历了从“社会主义思想”“革命理论”与“思想政治教育”到一般意义上的“思想性”的转变。1996年后,语文教育理念在原有的“工具性”和“思想性”上作出修正,1996年颁布的《全日制普通高级中学语文教学大纲(试行)》表述为,“语文是最重要的交际工具,也是最重要的文化载体”。2001年颁布的《全日制义务教育语文课程标准(实验稿)》提出,“语文是最重要的交际工具,是人类文化的重要组成部分。工具性与人文性的统一,是语文课程的基本特点”。2018年初颁布的《普通高中语文课程标准(2017年版)》提出了新的表述,一方面仍然认为“工具性与人文性的统一,是语文课程的基本特点”,另一方面将语文课程定义为“学习祖国语言文字运用的综合性、实践性课程”。《义务教育语文课程标准(2022版)》延续了过往“工具性+人文性”和“综合性+实践性”的表述,第一次提出“核心素养”概念:“义务教育语文课程培养的核心素养,是学生在积极的语文实践活动中积累、建构并在真实的语言运用情境中表现出来的,是文化自信和语言运用、思维能力、审美创造的综合体现。”

应该说,几十年来,语文教育理念的认识不断变化与深入,并越来越切近基础教育本身,但整体看来,它尚未走出自身逻辑的封闭领域,在应对时代需要、助力个人成长、对接高等教育尤其是创意教育等方面,仍旧存在准备不足、应对不力、衔接不上等问题,需要进一步深化改革。

第一,在“语文”性质的认识上,仍旧存在犹疑。一是即使完成了从“思想性”向“人文性”

① [美]马克·麦克格尔:《创意写作的兴起:战后美国文学的“系统时代”》,葛红兵、郑周明、朱喆译,第13页,桂林:广西师范大学出版社,2012。

② 叶炜:《作为文学教育共同体的创意写作及其实践品格研究》,《写作》2020年第1期。

③ 葛红兵、许道军:《中国创意写作学学科建构论纲》,《探索与争鸣》2011年第6期。

④ 葛红兵、许道军:《创意写作教程》(第二版),第11页,北京:高等教育出版社,2023。

⑤ [英]安德鲁·考恩:《东英吉利大学的创意写作课》,陶磊译,《鸭绿江》2019年第4期。

的转变,但如何做到“工具性”与“人文性”的统一仍旧缺乏操作性,“从目前的语文教学现状来看,语文教学并没有真正做到‘工具性与人文性的统一’,而是出现了教学中‘人文目标’不易把握、‘工具性’和‘人文性’左右摇摆、语文教学质量令人担忧的局面。”^①二是即使认识到了语文“运用祖国语言”的“文化自信”和“工具性”基础地位,但既不能在实践操作上留下足够空间予以训练,在实际中让步于知识性传授,又对“工具”的理解停留在“语言运用”的浅层次,而对其创新性、批判性与逻辑思维的培养不足。三是在“人文性”认知上,很大程度上停留在“文学素养”“审美趣味”层面,而对个人成长、主体性培养、自我发现、社会责任、合作交流和权益责任等关注不够。

第二,在课程目标设定上,最新《义务教育语文课程标准(2022年版)》强化了核心素养的培养和实践运用,并规定了四种具体培养方向,但同时也弱化了“能力”指标,换句话说,对语文到底要培养学生的何种能力语焉不详,与其说是“目标”,不如说是“意向”“意愿”。

第三,在目标达成途径方面准备不足。如阅读视野狭窄,更多地停留在文学性选文上,同时教材提供的阅读量也相当不足。作文虽然已经开发出了多种理论与教学方法,且已经在尝试文学创作,如《义务教育语文课程标准(2022版)》开始鼓励在第二学段(3~4年级)“学习用口头或者图文结合的方式创编儿童诗和有趣的故事”,在第四学段(7~9年级)“尝试写诗歌、小小说等”,但整体上“记叙文、议论文、说明文三种‘作文体’的教学与语文教材中的文体是‘两张皮’”^②,与实际文体以及教材使用文体不相对应,同时也在实践上也存在严重的训练与运用不足现象。更为重要的是,理论开发与教学法探讨富余,但对具体文体的创意规律、写作规律、文体规约等方面的研究严重滞后,作文评价存在空泛、主观现象,无法对具体的作文实施科学评价与指导。

上述种种问题又一次印证“吕叔湘之问”:“中小学语文教学效果很差,中学毕业生语文水平低,大家都知道,但是对于少、慢、差、费的严重程度,恐怕还认识不足。……十年的时间,

二千七百多课时,用来学本国语文,却是大多数不过关,岂非咄咄怪事!”^③但实际上,若深究起来,“吕叔湘之问”如果放在今天,远远算不上“苛责”,因为今天我们对语文教育的需求与要求超越了过往任何一个时期,“写作文”只是最基本、最简单的要求,而“创意能力”“主体性”“批判性反思”等素养或许才是最根本的需求,因此在新时代与新面向语境中,它应承担新使命。

四、当代语文教育的新面向与新使命

教育要面向现代化,面向世界,面向未来。现代化包括物质现代化、技术现代化、制度现代化以及人的现代化,但人的现代化至为关键,它是中国式现代化的最终目的,也是根本途径。就个体而言,人的现代化体现在其主体性、创造性和文明性方面。只有实现了主体性,才能激发创造性;只有实现了文明性,创造力及其成果才能走向世界,创造未来;创造性是主体性和文明性的体现,缺乏创造性会在创意经济时代举步维艰。人是社会的人,其主体性又建立在具体的文明、文化基础上,带有强烈的国别、族群、地方乃至意识形态属性,社会主义中国人才必定带有强烈的中国文明与文化、社会主义属性。

创意经济源自个人创造力、创意、技术与才干,它可以通过创作新文学、创造新文化“无中生有”地创造财富和就业机会,也可以对已有的文学、文化资源进行“二度创意”,使其跨文体、跨媒介、跨业态转化,焕发新机,实现价值最大化。传统文化的继承、新文化的创造成为创意经济最重要的开发对象、内容来源与基本形式。新文化当然包括新文学,在创意经济视野里,文学不仅是个人感情的审美表达、艺术素养的深度体现,本身也是满足广大人民群众精神需要的产品,因而语文学科中的“文学”不再仅仅是语

① 陈先云:《语文教学改革:不容忽视的四个问题》,《课程·教材·教法》2006年第11期。

② 谭旭东:《从创意写作教育理念透视语文教育的变革》,《中国教师》2020年第5期。

③ 吕叔湘:《当前语文教学中的两个迫切问题》,《吕叔湘语文论集》,第337页,北京:商务印书馆,1983。

言文字的外壳、学习语言文字的中介,也是创意产品以及可二度创意的材料,其重要性不言而喻:“创意经济时代,文学不仅仅会通过产业化发展而成为整个创意产业的上游 IP 源,成为创意产业原创性的源头,从而成为一国创作创意能力的核心标志,促进整个创意经济的发展。”^①创意经济同时也是服务经济,供给双方良好的沟通与表达、主体之间需求的满足与交换是其内在要求,服务意识与创新意识同样重要。

创意经济对未来人才提出了新要求,当然培养适合创意经济人才的不止语文一门学科,语文也不独面向创意经济;而在基础教育阶段,语文也不直接培养创意经济人才,但作为基础学科,它应主动面向新时代,对接创意写作学科,承担培养未来新人才的新使命。

第一,要转变学生身份意识和自我认知,助力学生创意与创造能力的激发与培养。在创意写作学科语境里,学生不仅是语文知识学习者、母语使用者、文化传承者、人类优秀文学消费者,同时还是未来的创造者、新文化与新文学创造者;他们不仅是创意经济的受益者,也是创意经济的推动者。

第二,加强学生主体性的培养与塑造。创新意识与创造主动性建立在人的主体性基础上,而主体性包括社会性与个人性的两面。因此一方面要坚持语文核心素养的培养,包括中华优秀传统文化、文学的学习与继承,加强文化自信、道路自信;另一方面要加强学生个性的养成、个人意识的激发与保护,二者并行不悖。集体意识与个体意识也并非天然矛盾,相反,健全的集体意识有助于提升学生的服务意识;而个人意识与主体性也不等于自私自利,它在价值平等和个人权益保障的基础上,反而能提升个人服务他人的创造力和创新意识。

第三,着重训练与提升学生表达与交流能力。这是语文教育的根本目标,也恰恰是语文教育历来之“痛”,但它也并非无解之难题。一方面要加强口头表达及书面表达的训练强度与频率,另一方面要将其运用到工作坊、小组活动的组织管理、合作沟通解决具体问题的过程中,在语文实践中学习语文。

第四,培养学生批判性思维。批判性思维是

一种反思性、反省性思维方式,也是一种科学的思维倾向与技能。批判性思维与学生主体性的塑造息息相关,密不可分,它是主体性的体现,也是主体性培养的途径。

最后,涉足语文教育的盲区,在教育教学中引入产业、版权、服务等意识的培养。它们是创意经济的重要内容,但长期遭到忽视,甚至被误解,比如“学文科将来没有出息”“饿死诗人”等。要知道今天文学及其他相关写作已经成为职业、产业和服务社会的形式,能够创造财富,改善个人生活,同时还是创意经济的重要内容、时代经济发展的新要素。这些意识的培养,有助于学生重新认识语文的重要性,甚至重新调整人生规划。

五、语文教育的改革与深化

语文教育改革一直在路上,但其改革不应为改革而改革,而应根据时代语境的变化和实践中出现的问题不断调整。创意经济时代给语文教育提出了新要求,它也应随之进行新的改革。但任何改革都不应是颠覆性的,而是在继承的基础上创新,传承和创新并举。

一方面,我们应充分尊重广大语文教育工作者几十年来的探索,践行《义务教育语文课程标准(2022年版)》最新的要求,立足学生核心素养发展,在“语言建构与运用”“思维发展与提升”“审美鉴赏与创造”“文化传承与理解”四个方面充分发挥语文课程的育人功能,做到“文化自信”“语言运用”“思维能力”和“审美创造”全面发展。另一方面,我们要在传承的基础上,坚持教育的三个面向,应对创意经济时代对人才培养的新需求,进行相应的改革创新。

第一,深化对语文学科的认识,重新反思语文教育理念。我们对“语文”性质的认知要走出封闭状态,不可望文生义,认为“语文”就是“语言+文学”或“语言+文化”的字面意义简单叠加,进而在选文与教学上过于拘谨;其次也要

^① 葛红兵、高翔:《“创意国家”背景下的中国当代文学转型——文学的“创意化”转型及其当代使命》,《当代文坛》2019年第1期。

认识到语文的“工具性”不仅仅是“语言运用”，是“听说读写”的训练和实践，“语言运用”当然需要合规，但同时也可以创新、创造。再次，语文作为一个学科，对其学习效果的审核，当然具有人才选拔的功能，但它不是也不应是应试教育的机器，语文并不天然为应试教育而准备。我们应调整优化语文学科目标，培养新时代人才所需要的能力与素质。

第二，改革目标达成路径，科学均衡基础知识学习、阅读和写作三个板块的分配，具体探索路径是：

1. 拆分写作与阅读，增加语文课程的教学量。将语文知识、阅读与写作拆分为两门课程，或者一门课程的两个相对独立的版块，但同时增加课时量（相当于两个课程体量），为回应“吕叔湘之问”留下足够的时间。实际上，“吕叔湘之问”以及社会长期以来，包括高校对语文教育的不满，主要集中在“不会写”上，而“不会写”恰恰是训练不够。重点问题需要重点投入和重点解决，当然在未来的写作训练中，培养的不仅是“合规写作”能力，还应包括“创意”与“创意写作”等能力。

2. 以创意写作思路改革作文课，实施分文体写作，直接对应教材及现实中真实的文体，如小说、诗歌、散文、随笔等。传统“作文”写作更多地强调语言运用的合规性，忽视了语言运用的创造性，尤其是小说、寓言、话剧等文体的“虚构”要求，有助于学生在虚拟中超越自我，塑造理想人格，规划理想人生。人天然地具有创造力和想象力，纵使语文教育积极鼓励和保护学生的创造力和想象力，但记叙文、说明文和议论文三种文体都没有给它们留下位置，写作中的虚构反而成了“造假”，教师们的鼓励也成了“纵容”。同时，“作文”只是训练的工具而不是“创造”“创作”行为，其文字除了“得分”（包括发表）外很难被视为“创作”，其作品也难以享受“版权”待遇，个人也难以养成“版权意识”，而版权却是创意经济最重要的基石之一。变作文为创意写作，引入“非虚构”“虚构”“诗歌”三分法文体概念，可以培养与提升学生的创作、创造与版权意识，同时也有助于激发和培养学生的主体性。

3. 扩大课内与课外阅读面，改革语文尤其是阅读教材。可以借鉴美国“语文”阅读与训练思路，如 *Wonders*, *The Eclectic Readers*, *The Complete Works of American Literature*, *American Literature*, *Literature: the Reader's Choice* 等，这些教材不拘一格，视野开阔，同时包含各种切实可用的语文课程知识，包括“陈述性知识”“策略性知识”“程序性知识”和“实践性知识”等，理想的“语文课程和教材不但可以拥有丰富的知识，还可以拥有系统而完整的知识。当然，这不仅仅是那些语言、语法、文章知识，关键是那些知识的形态、类型和呈现方式”^①。目前来看，我国语文及阅读教材在“陈述性知识”提供方面富余，而“策略性知识”“程序性知识”和“实践性知识”严重不足，也就是学习语文教材不能帮助学生掌握学习语文的方法，学习阅读教材也不能帮助学生掌握学习阅读的技巧。

4. 在目标达成上，尝试借鉴创意写作中的“工作坊教学法”“过程写作/教学法”“创意阅读法”“产学研一体化教学法”等。努力实现知识向素养和能力的转化，素养不仅是文学素养、文化素养，还需要有创意素养、产业素养、合作素养等；走出作文思维，但也并非“创作走出作文训练，走向文体训练，阅读走向创意阅读”等。

创意经济时代，语文教育的改革要与时俱进，迎接新挑战，承担新使命。但语文教育改革是一个持续的过程，不可也难以一蹴而就；不可“躺平”，也要避免“翻烙饼”，全盘否定。因此它既要继承，巩固成果，扩大共识，又要创新，走出舒适区，应对问题，如同“创意”本身直面问题一样，在应对问题之中深化改革。

【本文系国家社科基金一般项目“创意写作与当代中国文学生态研究”（20BZW174）阶段性成果。】

【作者简介】许道军，上海大学中文系教授、博士生导师。主要研究方向：创意写作学、网络文学。

① 荣维东：《开发科学有效的语文知识体系——以加利福尼亚语文教材〈文学：读者的选择〉为例》，《语文建设》2008年第9期。