

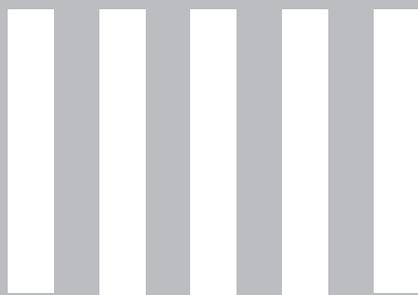
第一部分



交际性写作入门



INTRODUCTION
TO COMMUNICATIVE
WRITING





第一章

交际性写作的基本原理 *The Basics of Communicative Writing*

学习要点

- 交际性写作的概念
- 交际性写作的要素
- 交际性写作的策略
- 以读促写示例

第一节

交际性写作的概念

The Concept of Communicative Writing



写作通常有三种含义 (Johnson, K. & Johnson, H., 2001):

- (1) 写作作为产品 (writing as product): 写作即写出来的文章;
- (2) 写作作为过程 (writing as process): 写作是一种心理活动或行文过程;
- (3) 写作作为社会活动 (writing as social activity): 写作是与人交流的方式和手段。

这三种含义代表了三种写作类型: 以文本为中心的写作、以作者为中心的写作和以读者为中心的写作; 也分别对应了写作教学理论发展过程中的三种范式, 即传统以关注写作结果为主的“文章中心”写作、20世纪60年代以来以关注写作过程为重心的“作者中心”写作, 以及当代以关注写作目的和社会功能为中心的“读者中心”写作 (荣维东, 2016)。

交际性写作是指以交流为目的的写作, 这意味着无论写作主题是什么, 作者都必须为自己的文章找到一个特定的目的: 或是提供信息, 或是说服议论, 或是娱乐读者, 同时必须知道谁会读自己的文章: 同学、老师, 还是一般性读者。

在交际性写作中，作者需要考虑文章的写作目的：我为什么要写这个主题？我希望我的写作能达到什么目的？同时需要考虑读者是谁并问自己：谁会读我的文章？他们为什么读我的文章？还需要根据写作交流的目的和对象来选择材料、内容、体裁和语言。这种以交流为目的的写作才是有动力、有意义的写作，因为它不仅最大限度地实现了写作的社会功能，而且还还原了写作的真实状态。

如果说“文章中心”写作关注的是写作结果，即文章本身，“作者中心”写作关注的是写作过程，即文章怎么写，那么交际性写作重点关注的是为什么写、写什么和如何写等问题。在交际性写作中，写作不仅仅是遣词造句、谋篇布局的技能，也不仅仅是作者的心理认知过程，更多的是作者与直接的或潜在的读者在社会环境下的交流活动，是作者和读者基于知识、信息和情境的意义建构。这种“写作即交流”的理念是本书的重要指导思想。

第二节

交际性写作的要素

Major Elements of Communicative Writing

交际性写作从本质上看是以“读者为中心”的写作，涉及六个重要因素，分别是读者、作者、目的、话题、体裁和表达，每个要素对作品交际性的实现都起着重要作用，缺一不可。



一、读者：文章的合作建构者

Reader: Cooperative Constructor of an Essay

缺乏读者意识是传统写作中常见的一个问题，而现代写作赋予了读者重要的意义——文章的合作建构者。任何文章都要靠读者的阅读才能产生意义，而且读者事实上常常以潜在的方式进入作者的写作意念，和作者一起塑造作品。

根据写作心理发生机制，在写作过程中想写什么、想怎样写，不仅受作者主观意愿的制约，还受制于其心目中的读者对象，因而有经验的作者通常比新手作者更具备读者意识、更重视读者，比如他们常花较长的时间思考这些问题：我需要给读者提供什么样的背景知识？怎样能更好地把自己的想法呈现给读者？我的文章对读者能产生什么影响？（Flower & Hayes, 1981）。

在交际英语写作中，读者是作者的合作伙伴，也是作者写作中主要关注的对象。写作不再是作者以自我为中心来表达想法、呈现材料的过程，而是与读者进行对话交

流和意义建构的过程。作者只有设想读者的信息需求、考虑读者的知识状况，才能提出吸引读者的观点和给出相应的材料，并依据读者的需要来展开主题，引领他们共同进行思考、参与对话，这样的写作才具有社会性，才是积极有效的。

二、作者：对话的设计者和参与者

Writer: Designer and Participant of a Dialogue

交际性写作是一场作者与不在场的读者之间的对话。作者是这场书面对话的设计者，会根据自己的想象来设计读者，再根据读者的需要来确定话题和交流方式，并参与对话，在与读者的互动中一点点实现自己的意图，实现交流的目的。

在以交流为目的的写作中，作者不再是传统写作中那个具有绝对权威、以自我为中心的写作者，而是以读者为中心，考虑读者的感受、信息需求和知识背景，并根据这些信息来设计和建构自己的作品。作为话题的发起者，作者有责任选择读者感兴趣的话题，或是通过激发读者的兴趣来引导他们参与对话，让读者有动机进一步展开交流。

作者不仅要召集读者加入对话，还要以平等友好的态度组织、开展对话。在这场作者预设的书面对话中，作者需要使用一些方法，根据读者的需要确定写作内容、写作技巧以及语言风格，并不断思考：我想说什么？我说出来了吗？读者能理解吗？进而通过对自己的写作行为进行反思来掌控和调整对话过程，实现有意义的交流。

三、目的：写作的交际意图

Purpose: Communicative Intention in Writing

写作目的是指作者通过内容想要达到的交际目的和意图。作为一种有意识、有目的的交际行为，交际性写作具有明确的交际意图：或是分享经验，或是传达信息，或是说服他人。写作目的不同，作品的内容、结构和表达也会各不相同。

写作目的决定了写作话题。作者对写作话题、内容和材料的选择受写作目的的制约，在“以读者为中心”的写作中，作者应该优先选择读者感兴趣的话题以及能对读者产生重要影响的内容。

写作目的也决定了写作的文体。如果作者想分享人生经验，可以选择记叙性文体；如果想传递信息，可以选择说明性文体；如果想说服他人，可以选择议论性文体。总之，文体的选择与写作目的紧密相关。

写作目的还决定了语言表达的方式。如果是文学作品，语言风格以记叙、描写为

主，可以采用生活语言，也可以尝试其他语言风格；如果是说明文，多运用概念、说明等具有客观性的表达方式；如果是议论文，则需要诉诸推理、分析等逻辑性强的表达方式。

四、话题：话语的信息范围

Subject: Information Range of an Intercourse

话题是指话语交流的信息范围。交际性写作要求作者根据交流目的来选择话题和内容，同时，作者在思考、交流的过程中逐渐形成并确定话题。

成功的写作往往从发现好的话题开始。交际性写作的话题一般是作者和读者已知的且共同感兴趣的话题。如果交流的话题超出了读者的认知范围，他们会产生认知和理解障碍，有可能会终止阅读，因而达不到交流的目的。有经验的作者会有意选择读者感兴趣的或相对熟悉的话题，在读者可以接受的信息范围之内，采用循序渐进的策略来展开话题，一步步地引导其参与到自己发起的话题讨论中。

五、体裁：书面交流的类型

Genre: Types of Literary Communication

体裁是指写作文本或文章的类型或样式，是人们在语言实践中逐渐形成的言语模式或框架。交际性写作的文体是以交际任务为取向的，不仅受写作的外在形式（如文辞）和内在形式（如结构）的影响，还受写作的交际语境，即读者、目的和话题的制约。

在交际性写作中，体裁具有鲜明的交际特色，并与写作时的交际语境要素（如交际目的和对象）有着紧密联系。根据交际功能，体裁主要分为四大类，即记叙文写作（narrative writing）、说明文写作（expository writing）、描写文写作（descriptive writing）和议论文写作（argumentative writing）。作者应根据情景需要驾驭各种体裁，以达到准确、得体、有效地表情达意的目的。

不同于强调规范的传统写作，交际性写作强调写作的功能目的，不同功能目的的语篇对应不同的表达方式，如记叙文是为了叙述事情，使人知道；说明文是为了解释事情，使人明白；描写文是为了描绘场景，使人感知；议论文是为了阐明道理，使人接受（刘锡庆，1992）。

交际性写作还强调读者意识，要求作者能够针对不同的读者采用不同的体裁，并结合写作目的，运用多种策略和恰当的方式进行书面交流。

六、表达：合乎语境的语言

Expressions: Language That Fits the Context

传统写作讲究语言的准确、简明、连贯、具体、生动和形象，这些表达特征都很重要，在此基础之上，交际性写作还强调语言的交际性，即语言表达要符合语境，并有助于实现交际目的。

不同的写作目的赋予了作品不同的功能，而目的和功能又决定着语言使用的风格特征。交际性写作要求作者根据不同的交际对象来选择表达方式，比如根据读者的身份、年龄、知识背景等特征来选择语言风格，同时根据不同的交际目的来选择符合具体语境的言语表达，比如在叙述的交际语境中，可以采用讲故事的方式，并运用环境、细节等要素使故事情节和人物形象更加生动。

在交际英语写作中，只有合乎语境和表达意图的语言表达才被认为是有效的，语言不仅要使用规范，还要具有流畅性，能清晰地传递信息，并符合写作目的、满足读者需求。

第三节

交际性写作的策略

Strategies for Communicative Writing

写作策略是作者采用的有效方法、技巧，以及对写作活动的整体性把控。与传统意义上的写作知识、写作方法和写作技能相比，它居于更高层面，是写作主体有意识、有计划的认知活动，更具灵活性。

除学习语言知识和写作知识以外，学习英语写作更重要的是掌握有效的写作策略，并在写作实践中加以运用。国内外英语写作研究发现，有经验的作者和写作新手在写作能力上的差别主要表现在写作策略的认知和运用上，也就是说写作策略的掌握在很大程度上决定了作者的写作能力（Lam, 2015; Zimmerman, 1997）。

为了帮助学习者培养交际写作能力，本书主要介绍三种交际性写作策略，分别是：（1）分析写作目的和读者需求；（2）以读促写并建立读写联系；（3）写作互评以掌握评价标准。

在后面的章节里，本书将通过范文讲解、自主阅读、写作和同伴互评等学习活动，帮助学习者理解、运用和巩固这些策略。

一、分析目的和读者策略

The Strategy of Analyzing Purpose and Audience



交际性写作最重要的一条原则是写作目的清晰并体现读者意识，因此，学会分析写作目的和读者需求是培养交际写作能力的关键，也是本书论述的重点。对这一写作策略的讲解将贯穿于全书所有章节中。

当你学写英语信件时，确定写作目的和读者似乎不难，因为写信的对象通常也是读者，你也很清楚为什么要写这封信——或是介绍自己，或是感谢别人，或是申请一份工作。当你需要写一篇文章时（它可能是记叙文、描述文、说明文、议论文等体裁的一种或几种的组合），你可能会迷失在展开主题的过程中而忽略了读者的需要。

其实，不论写哪种体裁的文章，你都需要知道谁会阅读你的文章，也需要了解他们关心什么，只有这样才能写出读者能够理解并接受的作品。即使是在英语考试中写作文，你也应该清楚这篇文章的写作对象和写作目的。只有当它达到了预期的沟通目标，你才能取得较好的成绩。

培养分析目的和读者的能力可以从以下三个方面着手：

第一，明确写作目的（find a purpose）。开始每次写作之前，你都得为这次写作找到一个特定的目的，并问问自己：我为什么要写这个话题？我将如何影响我的读者？我希望这次写作能实现什么目标？回答这些问题有助于你决定这篇文章的写作目的。最常见的写作目的是说服读者、提供信息和娱乐读者。在论证性或说服性的写作中，你会提出一个观点或主旨，并以各种方式支持它；在说明文中，你以提供信息为主要目的，来告知读者有关特定话题的知识；你有时也会在写作中提供生动幽默的细节，以吸引读者。

第二，建立读者意识（discover your audience）。一旦确定了写作目的，你就需要认真考虑读者对象了。在决定把什么信息放进文章之前，你必须知道谁将阅读你的文章以及他们为什么会读，只有这样，你才能选择合适的信息。同时，了解你的读者也有助于确定在文章中采用什么样的语气。在写作过程中，当决定哪些观点需要强调、哪些观点可以省略、哪些观点需要额外的解释以及需要采用何种表达形式时，你都需要充分考虑读者的背景，比如年龄、教育程度、职业和兴趣等。

第三，分析读者（identify your audience）。分析读者时可以遵循以下步骤：

第1步：明确写作任务是否指明了读者。如果写作任务没有指明读者，则需要想象读者是哪一类人，这将有助于你进行清晰、有效的沟通。

第2步：在确定读者后，试想他们出于什么动机或理由而阅读你的文章：

- 这些读者想了解什么？
- 他们希望获得什么？
- 他们需要你的信息来作出决策或设计新项目吗？
- 你希望他们采取什么行动？

回答这些问题将帮助你明确写作的目的和内容。例如，如果你正在写一封求职信，试图说服未来雇主录用你，则需要强调这家公司看重的个人技能、教育经历等相关信息。至于你的业余爱好或家庭成员等个人信息，则不需要提及。

第3步：仔细思考读者对你所选话题的了解程度：

- 你认为你的读者对这个话题有多少了解？
- 他们需要哪些背景信息才能理解这个话题？
- 哪些事实、解释或例子最能说明你的观点？
- 哪些术语需要被定义？

这些问题将指引你为这篇文章收集、挑选信息。当你站在读者的位置来思考问题时，才能决定哪些信息对他们来说是必要的。

第4步：更深入地了解读者的身份和态度：

- 你的读者是支持还是反对你的观点？
- 他们与你的话题有正面或负面的联系吗？
- 他们有不同的期望或兴趣吗？

在开始写作之前，你只有越了解读者的态度，你的文章才越有说服力，你才能在内容和结构方面作出最好的选择。具体来说，在讨论某个问题时，你有可能写给同意你观点的人，也可能写给反对你观点的人。读者不同，写法肯定不一样。

第5步：思考任何可能会使你的读者区别于其他人的特点：

- 他们是你的同龄人吗？
- 他们有类似的教育经历或培训吗？
- 他们处于权威地位吗？

充分了解你的读者能帮助你确定文章的选词和语气。比如，你给朋友写信时的选词和语气肯定不会像写一封求职信那样正式。

综上所述，在写作时，你需要认真考虑写作目的和读者需求，只有这样才能有效地选择观点和组织信息，并选择恰当的词语和语气进行表述。

二、以读促写策略 The Strategy of Reading for Writing



与分析写作目的和读者需求的策略一样，“以读促写”策略也是培养交际写作能力的重要途径。在语言学习中，阅读和写作能力之间存在着一定的联系，写作能力强的人通常爱好阅读，并经常进行广泛而深入的阅读。

优秀的读者有潜力成为出色的作者，因为他们会留意其他人的写作效果，并把这些观察结果放在自己的写作中。通过仔细阅读，他们能用更好的想法来阐明自己的观点，能更明智地选择文章的组织方式和风格。这如同运动员会经常观看比赛一样，他们能从观察比赛中学习如何提高自己的技术。

本书每单元都设置了“以读促写”章节，旨在引导学习者分析性地阅读专业作家的文章，以取长补短，提高自己的写作水平。通过这种仔细阅读，你能学到很多对写作有帮助的经验：首先，如果你能很好地理解这些文章所表达的观点，就能为自己的文章找到有意义的观点；其次，从阅读中学习其他作者组织和解释文章的各种方式，你能更明智地选择写作策略和支持证据；再次，当你学习了其他作者行之有效的修辞手法和选词方式后，你会更有勇气地创新使用各种表达；最后，非常重要的一点是，在分析他人的文章时，你能深入了解作者在写作过程中如何做决策，从而更好地策划、写作并修改自己的文章。

总而言之，作为分析性读者（analytical reader）所实践的技能也是作为一个好作者所需的各种技能。那么如何通过“以读促写”策略成为分析型读者呢？这需要通过“以读促写”学习活动进行大量的分析性阅读，也就是通过10个阅读步骤来研读不同体裁的专业文章，并以此为基础发展相应的写作能力（Wyrick, 2008）。如果在之前的阅读中，你只是扫视一下页面上的单词，那么分析性阅读需要你投入更多：你不仅要了解作者的观点，还要考虑这些观点是如何呈现的、作者为什么会这样呈现观点，以及这种呈现方式是否有效。

分析性阅读要求阅读指定文章两遍，第一遍用于记笔记，第二遍用于作注释。这个过程一开始比较有挑战性，但你作为读者和作者最终会受益匪浅，会发现所有付出的时间都是值得的。分析性阅读有10个步骤：

第1步：在开始阅读文章之前，注意每篇文章开头提供的出版信息和关于作者的生平介绍。试问自己这样的问题：文章最初发表于何时何处？是针对特定受众还是面向普通受众？它是为回应某一事件或争议而写的吗？这篇文章是否有现实意义，还是已经过时？你认为作者有权威写这个话题吗？