



类型学视野下的旅游翻译： 湖南旅游资源对外译介研究

曹波 姚忠 著



A TYPOLOGICAL PERSPECTIVE
OF TOURIST TEXT TRANSLATION:
The Introduction of Hunan's Tourist
Resources to the Outside World

湖南师范大学出版社

本书是2012年湖南省教育厅社会科学研究重点项目“湖南旅游资源英译研究”(12A090)

及2013年湖南省社科基金项目“湖南旅游对外译介研究”(13YBA409)的成果之一。

本书获2016年度湖南师范大学出版基金资助。



A Typological Perspective of Tourist Text Translation:
The Introduction of Hunan's Tourist Resources to the Outside World

类型学视野下的旅游翻译: 湖南旅游资源对外译介研究

曹波 姚忠 ◎著

湖南师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

类型学视野下的旅游翻译：湖南旅游资源对外译介研究 / 曹波，姚忠著. —长沙：湖南师范大学出版社，2017. 9

ISBN 978-7-5648-2957-5

I. ①类… II. ①曹… ②姚… III. ①旅游-英语-翻译-研究 IV. ①F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 206839 号

类型学视野下的旅游翻译：湖南旅游资源对外译介研究

曹 波 姚 忠 著

◇组稿编辑：李 阳

◇责任编辑：李健宁 李 阳

◇责任校对：李 航

◇出版发行：湖南师范大学出版社

地址/长沙市岳麓山 邮编/410081

电话/0731-88873071 88873070

传真/0731-88872636

网址/http://press.hunnu.edu.cn

◇经销：新华书店

◇印刷：长沙宇航印刷有限公司

◇开本：710mm×1000mm 1/16

◇印张：16.75

◇字数：370 千字

◇版次：2017 年 9 月第 1 版

◇印次：2017 年 9 月第 1 次印刷

◇书号：ISBN 978-7-5648-2957-5

◇定价：48.00 元

前 言

旅游资源的对外译介是一个跨学科但在现实生活中被边缘化了的领域，无论在学术上还是在实际用途上都应得到有关部门的重视。在学术上，旅游资源的对外译介涉及旅游学、文化学、传播学、类型学和翻译学等学科，但在上述任一学科中都没有得到充分的关注和支持，相关成果常常登不上大雅之堂，因此矢志从事相关研究的人员总是属于“孟什维克”，属于边缘人。在应用上，旅游资源的对外译介涉及旅游管理部门、翻译机构和各种媒体，是地方旅游走向国际旅游的必经途径，也是学术成果推动社会、经济、文化发展的方式，更是“让世界了解中国，让中国走向世界”的手段，但在上述部门始终没有得到应有的规范和鼓励，以至于各类错误、滑稽的译文“满天飞”，景区公示牌、旅游画册、宣传音频等多数令人惨不忍睹，事与愿违地辱没了景区和旅游管理部门的对外形象，甚至涂黑了国家形象。国家的《旅游法》和各省市的《旅游管理暂行规定》中均无对“旅游资源的对外译介”的相关规定，这是我国旅游翻译市场混乱、对外译介败笔甚多的根本原因。以一省（直辖市）的情形为例（对全国的情形进行探讨只能是没有深度和焦点的“漫谈”，且各省市旅游资源和风土人情迥异，无法概而谈之），对旅游资源的对外译介进行系统梳理和深入研究，这是刻不容缓而且具有重大实际意义的。

湖南的自然旅游资源是“环境决定论”的例证，而文化旅游资源多是“湖湘文化”高度发展的产物，因此在探讨其对外译介之前，有必要对湖南旅游资源的自然和人文维度进行历史的梳理。在南宋之前，湖南远离中国的政治、经济中心，在“正史”中常为“南蛮”，但既为炎舜故地和屈贾之乡，又为古汉文明代表的所在，其对外形象（对于国都所在的中国北方的形象）

应是早期地缘政治的产物。南宋之后，国都南迁，湖南在政治、经济、文化等方面均快速发展，尤其在清朝中晚期和中华人民共和国成立之初，湖湘人才蜂拥而起，几乎左右了民族的走向，使湖南在“正史”中也常居“中心”位置，终于摆脱了“边缘”的处境。“湖南旅游资源的对外译介”免不了对“湖南旅游的历史文化底蕴”有所概论和实际译介，因此作为旅游文化研究及其“对外译介”的范例，就有了本书的第一章。事实上，旅游翻译和文化翻译是分不开的。没有深厚的文化功底，旅游翻译是难以进行的。况且，在经济日益全球化的过程中，旅游翻译还承担着向外传播民族文化、吸引更多外国游客的重任。

湖南及全国旅游资源对外译介的现状是令人触目惊心的，各种传递错误信息、显示低劣水平、败坏地方形象的译介问题五花八门，又层出不穷。管理制度（相关立法）的欠缺是其根本原因。相关责任并非应由译者一人承担，因为对外译介过程（翻译过程）的主要参与者还有“发起人”（旅游管理机构、旅游资源所有者）和原文作者或编撰者，他们也是各有其责的：发起人的“翻译要求”未必切合实际，作者的原文未必针对海外读者。在非理想的状况下，译者肩负着其他参与者撂下的担子，也就是承担了所有参与者中最艰巨的任务：他（她）必须遵照“翻译目的”和译文的“预期功能”，并考虑译语文化语境和译文读者的认知需求，采用适当的表述形式实现“最佳关联”，把原文的主要信息和“交际意图”顺利地传达给译文读者，达到最佳“语境效果”；否则，一切对外译介的“目的性行为”都将付诸东流，甚至适得其反。可见，对于旅游资源的对外译介，除旅游学、文化学和传播学等基础理论外，“功能目的论”和“关联理论”也是具有显著的指导作用的。

旅游景区和接待场所的公示语是对外译介的重要内容，其译文有时甚至成了一个地方最直接的对外形象，反映了当地政府部门的管理水平和相关人员的文化、翻译水平。和一般公示语类似，旅游公示语也可分为静态和动态两大类，前者包括语气较缓和的“指示性”和“提示性”两个次类，后者则包括语气较强硬的“限制性”和“强制性”两个次类。旅游公示语无论其类型、功能或语气，其翻译应遵循三条原则：措词上的通俗原则，语义上的准确原则，句法上的简约原则。中国的一般旅游公示语和西方的基本对等，翻译时无论“语义翻译”还是“交际翻译”，只要能找到对等的西方表达方式、

体现公示语的语用意图就解决了难题，即可直接套用西方相应的公示语。而“中国特色”的旅游公示语往往具有典型的“中国诗学”特征，应在准确传递原文语用意义的前提下巧妙地保留“中国特色”，或者改换功能类似的西方诗学特征。毕竟，对包含有中国民族特色的旅游公示语全部实行“交际翻译”，有“全盘西化”的嫌疑。此外，少数公示语有对内、对外之分，译者还应考虑有所译、有所不译。

餐饮机构是重要的旅游接待单位，其食谱（菜单）翻译的质量直接关系到旅游创汇的大计，也关系到中国饮食文化的对外传播。湘菜是中国八大菜系之一，其食谱体现了湖湘文化对饮食习俗的影响。无论结构上还是命名方式上，湘菜食谱都和景观名称不同。按照食材和烹饪方法的呈现方式，湘菜（及其他菜系的）食谱可分为“写实性”和“写意性”两大类，前者直接点明了菜肴的主要食材和烹饪方法，呈现方式没有隐喻性，而后者并不直接交代菜肴的主要食材或烹饪方法，呈现方式具有隐喻性，常常表现为历史、文化典故，可谓曲折表意，因而较难为普通食客理解，事实上数量也不多。依据菜谱中主材、辅材和烹饪方法的先后位置及菜肴的特征、源起甚至容器，“写实性”菜谱可进一步分类，其翻译模式也略有不同，但均要考虑菜谱作为复合词或短语的结构。当然，也有译法须具体分析“半写实性”菜谱和无须翻译的过期“写实性”菜谱，而“写意性”菜谱的翻译有“语义翻译”和“交际翻译”两种，前者取字面意义，保留了隐喻，但很难为外国食客领会，况且对方关注的不是中国文化，而后者剔除了文化色彩，按照“写实性”菜谱的译法译出菜谱的本意，显得直截了当——毕竟对方关注的主要是食物本身。主食、小吃和汤羹的命名方式和菜谱相似，因此其结构和英译模式也比较接近。但因烹饪方式比较简单，食谱中的西式拼音更多。

在狭义的旅游资源对外译介的过程中，译者最先遇到而且无法回避的难题就是复杂的景观名称。景观名称是所有旅游文本的必备要素，且常常是蕴含了丰富地域文化的或结构较为复杂的术语，其译名要求准确、简练地传达源语文化，而且结构合理，符合译语复合词的构成方式，即所谓“名不正，则言不顺”。在笔者看来，中国景观的名称大致可分为静态术语和动态术语两大类。前者数量众多，根据其结构的复杂程度可分为“简单静态”（一至两个偏正结构）和“复杂静态”（三个及更多偏正结构）两个次类，翻译时应首先区分限定语和中心名词，再区分多个限定语之间的逻辑和位置关系，

理解其静态特征，最后以名词、形容词或分词加中心名词的方式译出；当然，“复杂静态”术语的翻译还要考虑前位限定语、中位限定语和后位限定语的划分。后者数量较少，宜采用“逻辑主语+ing分词”的模式进行翻译，保留其动态特征。但是，单从复合词的结构的角度，是无法解决景观名称翻译中的所有问题的，因为许多景观名称同时是“文化负载词”，其翻译还涉及复杂的文化现象，应综合考虑术语的结构和译注、增益、释义、归化、类比等更加灵活的方法。可以说，景观名称的翻译必须基于词汇学、句法学和文化学。

中国和西方的旅游文本受制于不同的“体裁规约”，文体和功能很不对称，体现了不同的文化传统。中国的旅游文本多受“美文”传统的影响，讲究情景交融，修辞性很强，实际信息常隐藏在字里行间，而西方的旅游文本多受“科学理性”和“实用主义”传统的影响，讲究简约、清晰、朴实，不重主观性描述，而重客观信息的呈现，这一鲜明的差异对于原文的编写和翻译都十分重要。根据西方的“功能目的论”，旅游文本绝非仅有“‘呼唤型’功能文本”一类，事实上可划分为“信息型”、“呼唤型”和“表达型”三大类。“信息型”主要指景观解说词，用以说明旅游资源的特点、价值等客观信息，“呼唤性”仅为其附属功能；“呼唤型”主要指旅游广告，以“信息性”为辅助功能，以诱导读者前来旅游为最终目的；而“表达型”主要指旅游散文，“表达性”和“信息性”均较突出，是以游历历程为题材的抒情散文。类型、功能和体裁决定了这三类文本的翻译策略：译者应或以“信息意图”为重，倾向于采用“异化”手段，完整、忠实地传达原文的主要信息，实现文本的“解说”功能；或以“交际意图”为重，对原文的信息和文体进行宏观上的编译，倾向于采用“归化”手段，便于译文读者接受，实现文本的诱导功能；或以原文为中心，以准确抒发作者在游历过程中产生的激情和审美感受为重，追求文体和情感的切合。但译文是“它”型、“你”型还是“我”型文本，取决于“翻译目的”。此外，由于“文化缺损”，译文读者对原文信息的接受存在较多困难，因而翻译时应对文本的信息负荷进行微观上的调控。可见，旅游文本的翻译是一个复杂的过程。

旅游资源的对外译介还需要依据具体的交际语境，先对旅游文本进行细致的“文本类型学”分析，探求其类型学特征与“预期功能”等，然后才采用适当的编译手段把“交际意图”、旅游资源的“事实”甚至其中的民族文

化、作者情感等传递给外国游客，切忌不论语境、功能和类型胡乱概述、盲目翻译。在笔者看来，旅游翻译研究的首要对象，或者说数量最多、最具代表性的旅游文本，其实是“信息型”文本——景观解说词，而非国内多数书刊所谓的“‘呼唤型’功能文本”。根据话题（景观的性质）的差异，景观解说词可进一步分为一般人文资源类、自然资源类、宗教场所类、地方建筑类等次类型，不同次类型对译者编译能力和“百科知识”的要求是有差异的，但均以准确传递景观的“事实”为基本要求。真正的“呼唤型”旅游文本仅指旅游广告，包括篇幅简短的宣传标语、口号、广告词，以及篇幅较长的形象片、宣传画册等的文字脚本。另外，一些“信息性”和“表达性”较强的旅游文本在特定语境中充当了“间接呼唤型”文本。无论“直接呼唤型”还是“间接呼唤型”，旅游广告的翻译总以“预期功能”为旨归。“表达型”旅游文本多为游记或旅游散文，这类文本大多具有“叙述性”、“信息性”、“表达性”和非“匿名性”四大特征，常见于休闲书刊和文学杂志，因与文学、艺术的结缘屡屡成为“间接呼唤型”文本，其翻译应结合“信息型”文本和“表达型”文本的翻译策略。而“旅游管理规定”之类的文本因各章节具有不同的主导功能，应划入“混合型”文本，其“文体规约”和翻译原则与其他法规相似。此外，虽与景观有关但“表达性”远超“信息性”或“叙述性”的“古典诗词、楹联”、抒情散文等，应归入文学文体，而非实用文体，因而不宜列入旅游翻译类著述的论述范围。

为具体阐明上述诸种类型旅游文本的基本题材、文体特征、主导功能、翻译策略和技巧，本书在第七、第八章给出了较多的实例（原文、译文和“翻译难点及技巧解析”），因此这两章实践性更强，是对旅游翻译能力的综合考验。最后，附录一为2012年爱尔兰《丹尼戈尔郡旅游指南》及其汉译文，作为西方旅游外宣文本体裁及文体的示范，供中国旅游外宣文本编撰者和译者对比分析；附录二为“外籍专家眼中的中国旅游资源解说词”，作为反映中国旅游资源对外译介现状的一面明镜，供中国相关部门及人士参考。

本书基于笔者20年来的旅游翻译研究与教学实践，是从“文本类型学”和“功能目的论”的视角对湖南旅游资源对外译介经验的系统总结和提升，其中概括出的类型、特征、翻译理据和翻译模式是普遍适用的，对全国旅游资源的对外译介及研究均有裨益。采用“类型学”作为全书的整体研究模式，是因为这种以分组、归类为基本特征的研究模式可以推导出一个科学的

秩序，或者说建立在理性主义和结构主义基础上的体系，使涉及领域众多因而可能杂乱得让人无所适从的旅游翻译呈现为一个清晰、有机的系统，既便于有效地解决具体问题，也便于为“旅游翻译”这一事实上很宽泛的范畴建立系统观。但“类型学”主要是一种科学的研究模式，并不直接解决具体问题，因此必须进而借鉴与实用文体翻译更直接相关的“功能目的论”，对不同类型的文本做出具体的分析。此外，还应博采众长，既注重从“殊相”向“共相”的提升（在实践中总结具有普适性的经验），也注重借鉴相关理论指导翻译实践，做到相互印证，有理有据。对于具体的问题，不应唯抽象得不着边际的理论，也不唯盲目得不明所以的实践，而应力争给出精到的译文和合理的解释，即应追求经得住理论推敲又具有突出的实践指导性的翻译策略和方法。总的说来，在笔者的意想中，本书是一部以“类型学”模式为整体研究框架、以“功能目的论”为主要理论指导、综合运用相关理论、重在实践性和科学性统一的著作。

本书适合旅游管理部门、旅游从业人士、政府外宣部门、旅游院系师生、外语院系师生等使用、参阅，尤其适合旅游外宣人员、国际旅游专业师生、实用翻译爱好者和翻译专业硕士学位（MTI）研究生参考，是为中华（旅游）文化“走出去”服务的。至于湖南主要旅游资源的全面译介，请参阅姊妹篇《湖南旅游（英汉对照）》（湖南师范大学出版社2016年版）。

曹 波

2017年6月

目 录

第一章 湖南旅游的历史文化底蕴	(1)
第一节 大湖之南	(2)
第二节 炎舜故地	(6)
第三节 文明沃土	(10)
第四节 屈贾之乡	(14)
第五节 文化摇篮	(18)
第二章 旅游翻译的现状、过程与理据	(23)
第一节 旅游翻译的现状	(24)
第二节 旅游翻译的过程	(31)
第三节 旅游翻译与功能目的论	(39)
第四节 旅游翻译与关联理论	(46)
第三章 旅游公示语的类型与英译	(55)
第一节 一般公示语的类型、文体与英译	(57)
第二节 直接型旅游公示语的类型、功能与英译	(62)
第三节 中西间接型和诗学型公示语的特征与互译	(72)
第四节 间接和诗学“呼唤型”旅游公示语的英译	(76)
第四章 旅游饭店菜谱、食谱的类型与英译	(84)
第一节 湘菜文化	(85)
第二节 一般写实性菜谱的类型与英译	(89)

第三节	其他写实性菜谱及写意性菜谱的类型与英译	(95)
第四节	主食、小吃、汤羹食谱的类型与英译	(99)
第五章	旅游景观名称的类型与英译	(104)
第一节	简单静态景观名称的类型与英译	(105)
第二节	复杂静态景观名称的类型与英译	(110)
第三节	动态景观名称的类型与英译	(114)
第四节	景观名称作为文化负载词的英译	(117)
第六章	旅游文本的类型与英译	(124)
第一节	旅游文本的类型与功能	(126)
第二节	旅游文本的功能与宏观编译	(133)
第三节	旅游文本的体裁与宏观编译	(140)
第四节	旅游文本的认知负荷与微观编译	(147)
第七章	信息型旅游文本的类型与英译	(157)
第一节	一般人文资源类解说词的英译	(160)
第二节	自然资源类解说词的英译	(170)
第三节	宗教场所类解说词的英译	(182)
第四节	地方建筑类解说词的英译	(196)
第八章	呼唤型、表达型及混合型旅游文本的类型与英译	(208)
第一节	旅游广告的英译	(209)
第二节	旅游散文的英译	(218)
第三节	景区保护管理规划的英译	(228)
附录一	爱尔兰《丹尼戈尔郡旅游指南》及其汉译	(242)
附录二	外籍专家眼中的中国旅游资源解说词	(248)
参考文献		(252)
后记		(257)

第一章

湖南旅游的历史文化底蕴^①

旅游资源分自然和人文两大类。前者是大自然的馈赠,主要指奇特的地貌特征(如喀斯特地貌、丹霞地貌、雅丹地貌、石英砂岩地貌)、秀美的山水景观(如具有审美价值的峻岭、峡谷、江湖、溶洞,具有避暑或越冬功能的地域)、罕见或古老动植物的栖息地(如作为地标或历史见证的参天古树、作为地质活化石的动植物所在的地域)等。后者是人类历史遗留的产物,即具有物质形体的人类文明的结晶,主要包括重大历史事件的发生地、纪念性建筑、名人故居与遗迹、历史文物等。当然,很多旅游资源是两者的结合,因突出的自然风景临近人类频繁活动的区域或者直接为人类文明活动提供了场所,从而夹杂着大量具有重要历史、文化价值的人类文明遗迹;杭州的西湖就属此类,同时列入“世界自然遗产”与“世界文化遗产”双名录是实至名归的。

湖南的旅游资源种类齐全,数量众多。自然资源中以张家界石英砂岩地貌、崀山丹霞地貌、数十座国家森林公园或地质公园等最为知名,人文资源中以马王堆博物馆、岳麓书院、毛泽东故居等最具盛名。二者兼具的资源也不少,如衡山既以“南岳独如飞”的自然景观著名,又以佛道共存、历代香火不绝而闻名遐迩,而岳阳楼既因范仲淹的名篇而名垂青史,也因壮阔的洞庭气象更添气势。无论哪种类型,所有旅游资源均具有审美或伦理说教的价值,在人类的视野中已经蒙上了“文明”的面纱,因此要充分了解湖南旅游资源的价值,探讨其对外译介的文化意义、普遍规律和方法,还得先审视一下自然与历史“文明”的关系,以及背后复杂的湖南“文明”——广义的

^① 本章的主要内容曾发表在《近代湖湘名人与世界》(蒋坚松、曹波著,岳麓书社2006年版)第一章,此处略有修订,作为开展湖南旅游资源对外译介之前必读的“前文本”。

“湖湘文化”。在中华文化“走出去”的当代语境中，先梳理“湖湘文化”本身的脉络和价值，为对外译介提供认知上的智力支持，这是极其必要的。

第一节 大湖之南

区域文化的形成总是受到地理环境的制约，而其兴盛又能给地理环境贯以人文色彩，即古人所云“地以人而重耳”。就湖南而言，这种相互关系在钱基博人文精神的地理决定论中就有所反映：“湖南……盖四塞之国。……而民性多流于倔强，以故风气锢塞，常不为中原人文所沾被。……罔不有独立自由之思想，有坚强不磨之志节。……义以淑群，行必厉己，以开一代风气，盖地理使然也。”^①这种唯物主义的揣测，虽然精练地概括了湖南地理环境和民风的典型特征及其单向作用，但没有从更宽阔的视野探讨地理环境与区域文化其他范畴的双向联系，为后续文化学者留下了诸多阐释空间。事实上，在区域文化发展的不同阶段，地理环境对区域文化的影响力及后者的自主性具有不同的表现形式，必须综合运用历史唯物主义和辩证法的观点才能准确地做出历时的宏观论述。

就地理位置而言，湖南位于长江中游的南部，居东经 $108^{\circ}47'$ 至 $114^{\circ}15'$ ，北纬 $24^{\circ}39'$ 至 $30^{\circ}08'$ 之间。它东邻江西，南毗两广，西接贵州，北连湖北，是连接华南与华北、华东与大西南的要冲。在环境决定论意义上，湖南自古就处在“指顾伸缩，皆足有为”的地理位置上，^②具有重要的战略意义。三国时期，湖南就是吴国重兵驻守的边界，是吴、蜀拉锯的主战场之一；清代初期，湘南重镇衡阳成为明朝降将吴三桂对抗清廷时的都城；抗日战争末期，地势险要的湘西成了国民党军队的最后一道正面防线，当地的芷江机场得以建起纪念中国军队接受日本法西斯无条件投降的“凯旋门”。^③这些历史事件证明，湖南在地缘政治和军事战略中历来就是兵家必争的战略要地，或者说，地理位置决定了湖南必定是纵横家反复角力的场所。

① 钱基博. 近百年湖南学风 [M]. 长沙：岳麓书社，1985：1.

② 吴芬清. 湖南旅游大全 [M]. 长沙：湖南地图出版社，1991：1.

③ “抗战受降纪念坊”建于芷江县原国民党空军司令部群力礼堂外，功能上类似法国巴黎的“凯旋门”。1945年8月21日，第九战区侵华日军的代表在群力礼堂内签订了无条件投降书。

就气候而言,湖南属亚热带季风湿润气候,四季分明,严寒期较短。年平均气温在 16°C 至 18°C 之间,元月最冷,月平均气温从北往南由 3°C 递增至 8°C ;7至8月最热,月平均气温从北往南由 27°C 递增至 30°C 。年降水量在1200~1700毫米之间,日照1300~1900小时,无霜期多达270~310天。这些气候因素均有利于亚热带农作物(水稻、甘蔗、棉花、苧麻、大豆等)的培植与生长,加之湘中盆地和湘北平原土地肥沃,且洞庭湖水系水产丰饶,故湖南省历来农业发达,渔业兴盛,素有“鱼米之乡”的美誉。唐代就有“湖广熟,天下足”的谚语,可见自然条件优越的湖南自古就是中国的粮仓。作为杂交水稻的故乡,现在的湖南仍然是中国水稻主产区之一,是名符其实的农业大省。在漫长的发展过程中,湖南的基本经济形态受到了自然条件的直接制约。

湖南处在中国大陆第二级与第三级阶梯的交接地带,因而地形多变,高山、丘陵、平原、洼地依次排列,且整体地势南高北低,故而江河北去,形成长江中游的重要水系之一。边界东有高耸的幕阜、罗霄山脉,南有逶迤的五岭(又称南岭)山脉,西有险峻的武陵、雪峰山脉,中部是马蹄形丘陵地区,多连绵起伏的山冈和宽阔的盆地,而北部则是浩浩汤汤的洞庭湖及地势低平的冲积平原。境内外的巍巍群山为中国共产党建军初期保存和壮大革命队伍提供了自然条件,秋收起义、湘南暴动和湘西革命的队伍就是在湖南边界的大山中保存了革命的火种,或者说,湖南及周边的地理特征为毛泽东“农村包围城市”军事思想的诞生和游击战术的运用创造了良好条件。在一定程度上,湖南的地理特征和人文历史体现了自然与人文环境的相互关系。

湖南三面环山的地形延缓了异域文化的大举入侵,有利于本地文化在历史长河中保存异质,为全球化到来之前的真正多元文化的时代构造了适宜的地理环境。因此,在中华文化形成的漫长过程中,湖南不易受到彻底的文化同化,迄今都保持着地域文化的鲜明特征。湖南方言众多,且在语音、语法和语汇方面与北方话迥异,这就是环境决定论框架中文化差异在语言层面的体现。不过,由于环境的相对封闭和文化的相对落后,在北方文化兴盛的年代,失去话语权的湖南被轻蔑地称为“南蛮”之地,^①成为南宋以前失宠者

^① “蛮”字在汉语中有“野蛮”“落后”之意,体现了古代北方文化居高临下的心态。不过,作为退至海南之前的流放地,湖南倒也从屈原、贾谊、韩愈、杜甫、王昌龄、柳宗元、刘禹锡、王昌龄等众多外来的文化名人那儿获益匪浅。流放成了这块蛮荒之地重要的文化交融方式。

贬谪和流放的荒郊野地。同时，三面环山的地形也有利于境内形成基本统一且相对独立的地域，为湖南历朝历代作为独立的行政区划勾勒了基本清晰的边界。事实上，自公元前206年西汉朝廷设立长沙国以来，湖南的疆界就没有发生大的变化，甚至长沙市中心两千年来都没有离开走马楼（五一广场东南角）一带。追根究底，自然地理对文化框架和行政区划的形成具有至关重要的作用。

湖南主要地名及相关术语的产生是环境决定论在语言层面的体现，或者说，突出的地理特征是事物命名的根本。首先，“湖南”与“湖北”相对，因大部分地区位于洞庭“湖”以“南”而得名。作为水乡泽国，湖南拥有水网发达、呈扇形分布的湘、资、沅、澧四大水系，其中湘江流贯全省，是境内最大的河流，而湘江流域也是境内最发达的地区，故湖南别称“湘”，并由此衍生出“湘菜”、“湘绣”、“湘剧”及“湘军”等文化术语。而且由于湘江上游、中游、下游分别称为潇湘、蒸湘和沅湘，湖南又俗称“三湘大地”或“三湘四水”。从词源学的角度分析，可以发现别的术语也包含了地理的因子。例如，在洞庭“湖”和“湘”江的共同哺育下，湖南人不无自豪地自称“湖湘子弟”，而唐宋以来在湖南热土上盛极一时的地域文化就是“湖湘文化”。至少对湖南而言，语言的背后常有自然环境的影子，文化的身躯烙上了地理的印记。

湖南的自然环境也间接影响了湖南人的性格和地域文化的色彩，这一点从适宜在湖南生长的辣椒和莲花的意象分析中可以看出。明末清初由南美传入中国以来，辣椒在湿热的湖南落地生根，因其驱寒去湿、健胃提神等药用功效而深受湖南人的喜爱，并从普通餐桌迅即上升到文化和政治层面，以致产生“辣椒湖南”和“不吃辣椒不革命”的豪言壮语。^① 辣椒是“湖南人的图腾”，^② 而莲花则早已是湖南文人的歌咏对象和精神寄托。河湖沟渠中盛放的芙蓉（莲花）不仅使境内景色愈显清新秀丽，而且在湖湘文化中留下了抹之不去的情影。唐代诗人谭用之写有“秋风万里芙蓉国”的句子，宋代理学鼻祖周敦颐写出了让文人士子吟诵千古的《莲花说》，而新中国的领袖毛

① 蒋祖烜. 辣椒湖南 [M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 2003: 1. 毛泽东“不吃辣椒不革命”的论断在美国记者埃德加·斯诺的《西行漫记》中亦有记载。湖南流行“不怕辣”“辣不怕”和“怕不辣”的文字游戏，这种游戏既表现了湖南人对辣椒的酷爱，又体现了湖南人泼辣、倔强、好胜的性格。辣椒已成为湖南的名片。

② 蒋祖烜. 辣椒湖南 [M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 2003: 3.

泽东也盛赞“芙蓉国里尽朝晖”，故湖南又有“芙蓉国”的美誉。辣椒和莲花成为湖湘文化中的重要意象，必须以适宜的生长环境（土壤特征、气候条件等）为前提，因而一些貌似无关的地理、文化概念之间，实际上存在着微妙的联系。

正如以上意象分析表明，在文化发展成自足而开放的系统后，环境与文化就显得越来越疏远，因而其联系就变得难于断言，只可合理联想。仍以地形为例，湖南并不因为三面环山而闭塞、落后；相反，由于中部宽广的盆地和北部浩瀚的洞庭，这片热土仿佛向北方敞开了家门，在民族融合的历史中虚心地接纳发达的异域文化。从春秋时期隶属楚国以来，湖南土著文化与北方文化逐渐融合，形成了独具特色、欣欣向荣的楚文化，这种文化不仅哺育了一代代能工巧匠和文人学者，而且为近代湖湘文化奠定了最初的基础。中国已知最早的钢剑、毛笔和帛画在长沙楚墓出土，世界上第一张植物纤维纸由湖南耒阳人蔡伦发明，这些灿烂的古文明成就证明，远离政治中心的“南蛮”之地并非文化的荒漠，而是文化聚合与兴盛的沃土。毕竟，自然环境决定的不是文化的具体细节，而是其基本形态，而文化是具有能动性和流动性的。

湖南中北部开阔的地形，似乎赋予了近现代湖南人开阔的视野和心怀天下的博大胸襟。自唐宋、尤其是南宋政治中心南移以来，湖湘文化兼容并蓄，在突破地域限制的过程中飞速发展。宋代四大书院之首的岳麓书院千年不息，成为江南诸省的学术圣地和几乎整个近现代湖湘文化的发祥地。书院大门两侧的对联“惟楚有才，于斯为盛”，不仅道出了湖南人民的豪迈，也道出了岳麓书院在整个湖湘文化和湖南地理中不可取代的位置。从清代中晚期至新民主主义革命，岳麓书院孕育了一大批左右整个民族命运的栋梁之才，他们构成了在国内纷争和列强瓜分狂潮中拯救中华的主力军团。经过漫长的融合和优化，在山间盆地中诞生的“南蛮”文化终于迈入了又一个鼎盛时期，有了“怕不辣”的精神和极目天下的气势。古老的“屈贾之乡”成了中国近现代革命的摇篮，^①成了中国“绿色革命”和文化产业变革的重要策源地，在文化多元化受到经济全球化威胁的新世纪引领中华文明的走向，以“蛮”的精神续写湖湘文化的辉煌篇章。

^① 战国末期，三闾大夫屈原流放沅江、湘江流域，西汉初期，太傅贾谊贬谪长沙，他们的代表作基本上是流放或贬谪湖南期间完成的，故湖南有“屈贾之乡”的美誉。另，唐代诗人杜甫也是在湘江流域度过了人生的最后两年，故晚期的杜诗与湖南有着深厚的文化渊源。现汨罗建有屈子祠和杜甫草堂，长沙建有贾谊故宅和杜甫江阁。

第二节 炎舜故地

正如列维-斯特劳斯 (Claude Lévi-Strauss) 的结构主义人类学所阐明, 传统文化具有鲜明的结构主义特征, 其纷繁复杂的现象往往可以行而上地追溯到某个终极的中心, 即与历史密切相关的“人之初”或民族始源。就严格意义上的近现代“湖湘文化”而言,^① 其始源可以越过春秋战国时期的荆楚文化 (“方国文化”), 回溯到“远古时期的炎帝、舜帝文化及三苗文化” (“部族文化”),^② 或者说, 大抵可以回溯到华夏民族的共同始源——新石器时期的炎、舜神话。虽然倾向于抹去区域文化的区别性特征, 这种行而上的探索却指明了湖湘文化与其他区域文化的渊源, 而且正因为炎、舜神话是湖南人文历史最终的源头, 更顺应了湖湘子弟的寻根思想和作为炎、舜子民的自豪心理。无论其动力是集体无意识中的始源情结, 还是人格缺损导致的攀附心理, 这种探索无疑满足了湖南学者解构古代文化霸权, 将“三苗文化”置于与“中原核心文化”平等位置的文化追求。^③ 正如“长江流域和黄河流域都是中华文明的摇篮”,^④ 远古时期的湖湘文化是与“中原中心文化”并驾齐驱的地域文化, 不应该在远古文化史中被边缘化。

尽管炎帝与远古湖湘文明的渊源难以考证, 在近代中国文化史上湖南却一直是最可信的神农故地, 并营造了浓厚的炎帝文化氛围。早在公元 976 年宋太祖就“立庙陵前”, 1371 年明洪武帝又“考君陵墓在此”,^⑤ 到清乾隆年间祭道旁刻下“邑有圣陵”的石刻, 而 1993 年国家主席又亲笔题写了“炎

① 王驰, 刘鸣泰, 刘克礼主编. 湖湘文化大观 [M]. 长沙: 岳麓书社, 2003: 3. “湖南”或“湖湘”之名始于唐宋, 而且“湖湘文化”从南宋文化中心南移以来才真正兴起, 因此严格从词源学意义上说, “湖湘文化”只是“近现代” (唐宋) 以来在疆域基本稳定的湖南境内兴起的区域文化, 不包括“前湖湘文化阶段”的“部族文化”和“古代湖湘文化阶段”的“方国文化”。但这种观点倾向于否定文化发展的延续性, 使连续的文化史趋向断代的文化史。

② 王驰, 刘鸣泰, 刘克礼主编. 湖湘文化大观 [M]. 长沙: 岳麓书社, 2003: 3.

③ 王驰, 刘鸣泰, 刘克礼主编. 湖湘文化大观 [M]. 长沙: 岳麓书社, 2003: 3. 该书“文化学术篇”第一章沿用了“中原核心文化”“苗蛮文化”等体现古代话语霸权的术语。

④ 费孝通. 弘扬炎黄文化振奋民族精神 [A]. 北京: 炎帝文化与二十一世纪中国社会发展学术研讨会 [C]. 2001 (11).

⑤ 雷燧. 明洪武遣国史院编修雷燧告即位致祭祭文 [A]. <http://www.xdwhzz.com/show.asp?id=579>. “洪武”是明朝开国皇帝朱元璋的统治年号, “明洪武四年”即 1371 年。