

## 地名文化的旅游价值及开发浅析

花露

(华东师范大学 中国现代城市研究中心, 上海 200062)

**摘要:** 地名因其普遍性而被人们忽视, 其承载的文化更是隐没在语言符号的背后。通过地名的由来、变迁和内涵可以透视到地理历史、民族民俗、宗教信仰、社会经济等文化现象。近年来, 地名文化被列为非物质文化遗产, 才开始受到愈来愈多的关注。本文从旅游的角度, 探讨了地名文化的旅游价值。地名文化集结了知识性、趣味性、审美性、情感性, 是内容极为丰富、底蕴极为深厚的文化旅游资源。地名文化的旅游价值在开发时应注重融合地方特色旅游资源, 利用各种形式的传统和现代文化载体, 对地名文化旅游资源分类设计、优化组合, 充分发挥地名的旅游形象标识功能, 同时指出地名文化在作为旅游资源被开发时要尊重历史文化。

**关键词:** 地名; 地名文化; 旅游资源; 旅游资源开发

**中图分类号:** F590.7 **文献标识码:** A

### 引言

地名衍生于人类社会的发展, 是各种地理实体、行政区域和居民点的标识, 承载着丰厚的文化内涵, 折射出历史、地理、民俗、宗教、语言、社会、经济等各种世相百态, 是人类珍贵的历史文化遗产。随着经济的发展, 人们逐渐认识到地名的商业用途, 尤其是在旅游业上。与此相关的研究也开始成为焦点。如南京大学历史系教授、博士生导师胡阿祥(2006)在南京十佳老地名的分析基础上, 指出南京老地名是南京城市历史的象征、文化的标志、风俗的符号, 是古都宝贵的历史文化遗产与现代旅游资源<sup>[1]</sup>。赵振宇(2007)从心理学和文化学的角度探讨了地名与旅游的关系, 并把地名文化的旅游功能分为导向功能、知识功能、形象标识功能、吸引功能和审美功能<sup>[2]</sup>。郭清霞, 陈文(2006)以武汉的地名文化资源为例, 从旅游景点定位、旅游景区形象塑造和线路设计等方面, 探讨了如何通过武汉地名文化旅游资源的开发, 来提升武汉的旅游资源内涵<sup>[3]</sup>。而研究最多的是近年来社会上出现的旅游城市更名的热潮。许宗元(2002)以徽州一黄山市为例, 探讨了旅游地市行政地名命名的原则性问题, 着重提出定位功能、文化底蕴、信息含量、资源观念等命名要素<sup>[4]</sup>。

地名文化的价值逐渐得到人们的重视, 被联合国列为非物质文化遗产。在目前文化旅游的热潮中, 地名文化作为地域文化的缩影和窗口, 拥有巨大的旅游价值, 但是地方往往忽视了这种隐形旅游资源的价值, 或者对地名文化旅游资源的开发力度不够、方式单一、缺乏创意, 不能提升文化品味、凸出地方特色。而与此相关的研究比较缺乏, 较多集中在旅游城市

**收稿日期:** 2009-9-28

**基金项目:** 国家自然科学基金(40571045)项目资助; 教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(o8JJD84017)资助。

**作者简介:** 花露(1986-), 女(汉族), 安徽淮北人, 华东师范大学中国现代城市研究中心硕士。

地名变更利弊的讨论上,对地名文化旅游资源的开发没有系统、详细的讨论。所以,本文期望可以通过分析,使地名文化的旅游价值得到充分的认识和重视,在地名文化资源的开发上,可以多一些建议和创意,通过地名文化旅游资源的开发来提升旅游目的地的形象和文化内涵,推动旅游经济的发展。

## 1 地名文化简述

地名,是人们赋予空间上某一地理实体、行政区域或者居民点的专有名称。但地名并不仅仅是一个地方的语言符号,它往往凝蕴着地方深厚的历史,折射出其独特的文化魅力。地名的诞生,总是深深烙着那个时代的印迹,具有它固定的涵义;它的衍变则承载着历史的变动、地理的变迁、地方的风俗习尚以及不同文化之间的交融。地名同语言、历史、民族、民俗、地理、宗教等文化现象有着广泛而深刻的联系。地名文化即以地名为载体,通过地名的形成、变迁、结构、内涵等来研究与之相关的各种文化,是地名与文化的有机融合。可以说,地名是文化的镜像,是文化的载体,记载传承着各民族各地方的历史文化。

例如上古先祖以部落图腾或者姓氏命名自己的聚居地,循着这些足迹可以到民探究族文化的起源、衍变;由于避讳而改地名在我国历史上是个突出的特点,是了解中国封建文化非常独特的窗口;各个民族和地区由于语言的差异和方言的多样而呈现出地名丰富多彩的现象;另外,各地的地理特征和变迁、社会经济、宗教信仰和社会心理透过地名都可以领略到。可见,地名文化是蕴涵非常丰富的宝藏<sup>[5]</sup>。

## 2 地名文化的旅游价值

地名文化对于地方旅游资源文化内涵的挖掘有很重要的意义,给游客提供了多维视角去加深对目的地的了解,融入目的地的文化,体验异质文化的冲击和交融。而这种文化交流正适应了目前人们的旅游心理转向,即从传统的观光游层级到精神上、心灵上的感受和体验,对异质文化的向往,渴望触及到深层次的交汇和碰撞。地名文化作为地方文化的凝结和窗口,从其由来、形式、结构、涵义、变迁,在一定程度上可以透视到该地的历史地理、社会经济、社会生活、社会心理、风俗习尚、宗教信仰等等;一些地名能够成为极为重要的吸引物,让游客对其地生发渴望,或者能给引发某种浓烈的趣味、审美的愉悦,给游客的旅游体验着色添花,在这种精神层面的交流中融入旅游目的地的地方特色文化之中<sup>[6]</sup>。具体来说,可以从以下几点去开发地名文化的旅游价值:

### 2.1 地名文化带领游客去探索地方和民族的历史

古今地名的形成或是由历朝历代统治者命名,或是历朝历代的老百姓在生产生活中约定俗成,许多地名因此成为记录当时自然、人文和社会现象的重要载体,包含着丰富的历史文化内涵。当历史成为过去,自然景观发生沧海桑田的变化,一个地方的地名往往靠一代代的传递下来,具有相对的稳定性。因此,人们可以通过地名透视当地自然环境变迁、社会文化演变,民族来源、发展及政治、军事上的种种历史的痕迹。

比如内蒙古首府呼和浩特,译成汉语叫青色的城,最初叫库库和屯,是呼和浩特的不同译写。明万历九年筑城后,朝廷将其命名为“归化”,取归顺教化之意。清朝又在归化城东修建了绥远城,1913年两城合置为归绥县意为归绥平定。1928年绥远建省,以归绥县城设市,并为该省省会。1952年,内蒙古自治区政府由张家口迁往归绥市,两年后,为消除民族隔阂、增强民族团结,恢复其蒙古原名呼和浩特<sup>[7]</sup>。由呼和浩特地名的演变过程可以探知其历史的发展过程,带领旅游者走进呼和浩特的历史。

### 2.2 地名文化给游客带来的独特地方和民族文化体验

游客旅游追根究底是对异质文化的好奇和渴望,而地名是一个地方文化的精缩和象征,透过这层镜像可以解读到地名背后隐藏的地方文化。通过地名的研究还可以看到一个民族的图腾崇拜、宗教信仰、民俗风情、民族迁徙和分布等等。这对于丰富民族文化遗产会起到积极作用。

例如十二生肖是古代中国人用来表示地支以记年月日的特征动物,而在云南、贵州一带,自古就有赶场或赶街的生活风习,大约历史上这一带集市以十二天为一个周期,如果某地是在子日赶集的,那就将此地叫鼠场或鼠街,其余以此类推。生动地向游客展示了西南地区盛行的井然有序的农村集市景观。西藏是我国受宗教影响比较深的地区,地名文化中的宗教色彩也是很突出的。人格化了的佛、神、菩萨,佛教圣地、法器寺庙,活佛喇嘛名称大量出现在地名中。游客从这些宗教地名可以了解渗透在西藏地区的各个角落的佛教文化。

另外地名中的地方方言折射出来的地方文化独具特色。例如韩江三角洲的潮州方言区,以厝命名的地名特别多,如朱厝寨、纪厝围、黄厝尾等,厝即房屋之意,《说文》指的是砺石,而厝字地名又主要分布在多石的闽南丘陵地区,至今当地还多以石筑屋,反映了当代以石筑物的风俗。可见,地名文化在某种程度上能给游客带来地方风情的享受。

### 2.3 地名文化的旅游趣味价值

有些地名往往和神话传说、野史典故相交织,给静态的旅游吸引物注入了灵气和情感,具有很强的吸引力和趣味性,激发游客的好奇心和想象力。比如巫山神女的传说,长江三峡的神女峰,俏丽动人,传说历史悠久,早在战国时楚辞赋家宋玉的《神女赋》中就提到楚襄王与神女幽会的故事,民间也有西王母幼女瑶姬下凡的传说。这些故事在后世文人的笔下越传越神,注入了丰富多彩的文化灵魂,深深地吸引着古往今来的游客。火烧赤壁、大意失荆州、淝水之战这些历史事件都以地名承载着其厚重的过去,让游客在历史的成败烟云间去感悟生命的价值。古人喜以星宿之名命名,佛教旅游名山衡山外名寿岳,缘于衡山对应星座为二十八宿的轸翼二星,其旁有一名为长沙的掌管人间寿命的小星,而衡山古属长沙,引申其义为寿岳,吸引大量游客来此拜佛求愿。总之,这些随着地名流传下来的故事典故让游客在山水之间,另增一番游兴。

### 2.4 地名文化的旅游审美价值

词语的组合在一定程度上就能够形成独具美感的写意空间,给游客的体验铺垫美的基调,引发美的联想,文人骚客于此情此景中有感而发创作的诗词歌赋、对联绝句更为游客带来了不可多得的艺术体验和审美享受。

湖南西部的凤凰县,西境有座凤凰山,一峰突起,喻如雏凤,因而得名。且不提凤凰悠久的历史 and 秀丽的山水,单其名字就足够游客浮想联翩,被“凤凰”这种美丽吉祥的神鸟所迷。提及桃源,人们会立即在脑海里构出一幅画面,“忽逢桃花林,夹岸数百步,中无杂树,芳草鲜美,落英缤纷”这是陶渊明在《桃花源记》里给我们虚构的一个桃花漫天的世外仙境,湖南的桃源县其名配其景给人带来无限美感。

含有地名的诗词对联可谓给秀山丽水别增一番神韵。如唐代刘禹锡的《望洞庭》有诗句“遥望洞庭山水色,白银盘里一青螺。”给游客塑造了水月交融的洞庭湖景,朦胧幽然。李白的一句“黄河之水天上来,奔流到海不复回”立刻把游客带入了黄河从天际奔流而来,一倾大海的滔滔气势中。“华峰前,香云缥缈;化城寺里,花雨缤纷。”是九华山化城寺的一副对联,给化城寺营造了令人向往的落英迷醉的境界。这些美丽的语言在山水古胜中,沟通了游客和景物间的灵犀,发现更多的喜悦,获得更多的精神财富。

### 2.5 地名文化的情感体验价值

地名在历史的起伏跌宕中，所代表的决非一方地域、一方百姓，更能超越它所深蕴的文化，散发出自己独特的感情格调，悠悠触击着游客的情愫。旅游的最高境界莫过于此，超越时空与古人对话，与自然对话，寻求各种情感的体验 and 精神的滋养。例如，六朝古都南京，繁华尽逝，“朱雀桥”、“乌衣巷”无论如今怎样变迁，在其空气中都弥漫着秦淮淡淡的凄伤和落寞，游于其名中，自然就会生发同样的情感。西藏地区受佛教的影响很深，西藏高原的雪山、经幡、寺庙、教徒给这块大地笼上了神秘的氛围，西藏此时所化身的就是一种可以侵袭而来，让人尊崇、敬仰的情感。香格里拉和桃花源象征着远离尘嚣的理想国度，平淡恬适、悠然无忧的情调和气氛会让人的心沉静下来。

### 3 地名文化的旅游价值开发

旅游的本质是对异质文化的体验与经历，地名文化作为地域文化的重要组成部分，具有很高的旅游价值。但是地名是我们司空见惯、习以为常的事物，与名利无关，因而常被我们所忽视，而其隐匿的丰富的文化宝藏深埋在历史之中，荒置在文化背后，对地方和民族文化造成极大的损失。山水风物源于自然手笔，无法依人的意志生或变，禁锢了地方旅游资源的开发及竞争优势的形成；可是地名文化凝缩着地方历史的气韵，沉淀着独特的文化魅力。如果地名文化的旅游价值能够得到合理开发，不仅可以挖掘保护传承地名文化，而且当地的旅游资源可以得到极大的丰富，增加文化底蕴内涵，提升旅游资源的品位，获得独有的旅游资源竞争优势，推动旅游经济的发展。

#### 3.1 地名文化的旅游价值挖掘

地名可以说是一个地方对外的窗口，从地名中可以透视到区域的地理变迁、历史沉浮、社会形式、民俗风情和独特的文化气韵，如果得以深度挖掘，对旅游业会起到很大的推动作用。相关部门应该组织人员探入历史和民众中，收集、整理当地的地名文化，追溯其源头，追踪其发展演变，以及与地名相关的历史典故、野趣传说，然后分类编辑印刷成精美的手册，给游客介绍比较系统详细的地名文化知识，为实地的游览提供指引和情趣。同时，对导游进行当地地名文化培训，作为旅游消费者和旅游产品的连接者和引介者，导游应该成为地名文化旅游资源的积极推介者和宣传者。

#### 3.2 地名文化与旅游特色资源的结合

地名文化如果仅仅作为单调的历史的追述、传说典故的讲述将在引发游客更大的兴趣时会受到局限，在深挖地方特色文化的同时，借助各种旅游特色资源，能给游客带来生动更深刻的旅游体验和文化享受。比如，湖南省的桃源县因陶渊明的《桃花源记》而得名，由此仿文中所述一一设景造物，寻渔郎足迹重访世外仙境，先遇水源洞，然后穿越秦人洞进入秦人村，村内处处漾着秦时民风，有秦时的会议堂、奉先祠、余荫堂，秦人居、雉坛等主要风景点，办有秦文化展，游客于此可坐秦车、听秦戏，穿秦服、用秦币，完全融合在桃花源的文化氛围中。又如四大古镇之一的景德镇原名昌南镇，宋真宗景德年间，因此地烧御用瓷器上有“景德年制”字样，故改名“景德镇”。景德镇已变成了瓷器的代名词，完全可以借助瓷器工艺、瓷器作坊等来开发景德镇的地名文化旅游资源。地名文化在旅游产品的创造和重组中发挥着重要的作用，可以为旅游产品的开发提供新的思路，同时为旅游产品增添文化内涵的魅力，提升旅游产品的品味。

#### 3.3 地名文化和旅游文化载体的融合

各种文化载体与地名文化的融合，可以丰富地名文化旅游资源的内容，给游客带来更多的文化和情感体验。采用诗词歌赋、对联绝句的形式，虽然短小精悍却在无形之中发挥了广告宣传标语的作用，大凡山水古迹，只有当拥有了名家的歌咏，才会鲜活的涌进人们的视线。一曲《沁园春·长沙》让无数人对秋色迷渐的橘子洲产生了向往，大大提高了橘子洲的知名

度。现代的文化载体所具有的影响力也不容忽视。比如举办相关的艺术表演、拍摄纪录片、文化展等等。如中国地名研究所与相关组织汇聚国内一批著名电视策划专家、影视专家、著名学者拍摄大型电视文献片中国《千年古县》、《千年古都》、《千年古村镇》、《千年古建筑》、《千年名山川》摄制组，来挖掘和宣传保护地名文化。2008年在济南联合主办的地名文化展融合了摄影、绘画、书法、剪纸、陶艺等多种艺术形式，展现了济南在经济、社会、文化、历史等各方面的风情特色。

### 3.4 地名文化旅游资源的优化组合

地名文化可以通过专门的旅游资源组合与旅游线路设计，使其所深蕴的文化资源得到系统的设计，拥有鲜明的主题，给游客带来独特的旅游体验。在进行资源组合和线路设计时可以依据两种模式：一种模式是循着历史的足迹依照事件发生的时间序列或空间序列去追踪地名文化；另一种模式是根据地名文化的特性对其进行分类，把同质的地名文化资源聚合在一起。例如武汉进行红色旅游，可以从辛亥革命的起点—武昌起义的起义门、首义路、彭刘杨路开始，……通过芦沟桥路，途经张自忠路、或陈怀民路、郝梦龄路走向胜利街。旅游者一路走来，可以感知到革命历史行进的脉搏，回想战争的浓烈硝烟。又如，巢湖是著名的三国古战场，处处留下与三国相关的地名，如曹操检阅部队时擂鼓聚将的地方—打鼓尖，曹操被风景迷醉之地—失曹岭，曹军洗马之地洗马沟，还有周瑜故里庐城，草船借箭之地东关等等不胜枚举。如果对这些三国地名进行挖掘和整理，开发三国地名文化旅游资源，会具有独特的旅游吸引力和竞争优势。

### 3.5 地名要切实做好旅游目的地形象标识的功能

地名经过历史长河的洗涤，具有稳定性、持久性和很强的扩展和渗透功效，已经在人们的意识中成为该地的象征和标识，成为该地的代表，承载着一方与众不同的文化气韵。一般在提及某地名称时，旅游者会根据已有的经历或信息在脑海里形成特定的意像图，旅游动机就建立在对旅游目的地的这种知觉上，而旅游动机的强弱取决于旅游目的地形象的吸引力强度上。因此深刻挖掘该地地名的特色文化，塑造推广旅游目的地的形象，使人们在提及某地时能够产生更加鲜明、深刻的印象，对于激发旅游消费者的旅游动机和欲望具有非常重要的作用。

### 3.6 地名文化旅游资源的开发要尊重历史和文化

地名作为一种文化，逐渐受到大家的重视，第九届联合国地名标准化大会就确定地名属非物质文化遗产，地名有重要的文化和历史意义，随意改变地名将造成继承文化和历史传统方面的损失。一些地方为了提高自己的知名度，发展地方旅游经济，开始关注到地名文化的推动作用了。比如近些年的四川、云南、西藏三省区香格里拉属地之争，四川、贵州等6省市“夜郎”属地之争，陕西黄陵县和河南省新郑市的黄帝陵之争，这些省市都企图借助地名文化的品牌开发旅游产品，提升旅游形象，发展旅游经济。但是，依靠地名文化打文化旅游的牌子，必须尊重历史和文化，不能无中生有，肆意捏造，不能把目光集聚在短期的经济效益，欺骗旅游消费者。因此，在开发地名文化旅游产品时，要注重深入历史和紧扣地方文脉，符契事实，突出地方独特的文化内涵。

## 4 结语

古今地名的形成，包含着丰富的历史文化内涵，印记了千百年来地域政治、经济、文化变迁的足迹，凝结了地域深厚的文化气韵，是极其珍贵的非物质文化遗产<sup>[8]</sup>。近几年来，地名文化的价值愈来愈多的被人们所关注，被运用到商业用途。旅游经济是地名文化主要的商业开发形式。地名文化拥有多种功能的旅游价值，融合了知识性、趣味性、审美性和情感性，以各种不同的角度带领游客体验与众不同的历史文化和地方风情。地名文化作为旅游资源在

开发时,要尊重历史文化,沿袭地方文脉,深挖地方特色,依托特色旅游资源,借助各种传统和现代的文化载体,优化组合地名文化旅游资源,利用地名文化提升旅游目的地形象,构建独具特色的旅游目的地,来推动地方旅游经济的发展。

### 参考文献

- [1] 胡阿祥. 老地名是古都的历史文化遗产与现代旅游资源[J]. 上海城市管理职业技术学院学报, 2002(2): 10-13.
- [2] 赵振宇. 地名与旅游[J]. 商场现代化,2007(518):203.
- [3] 郭青霞, 陈文. 武汉地名文化资源旅游价值的发掘利用[J]. 湖北大学学报, 2006, 33(5): 583-586.
- [4] 许宗元. 旅游地市行政地名命名的思考——以徽州—黄山市为例[J]. 旅游科学, 2002(2): 23-27.
- [5] 牛汝辰. 中国地名文化[M]. 北京: 中国华侨出版社,1993: 1-7.
- [6] 文鹏陵, 晓畅. 旅游地名的功能分析[J]. 中国地名,1999(4): 14-15.
- [7] 华林甫. 中国地名史话[M]. 济南:齐鲁书社,2006: 118-119.
- [8] 周佳泉. 地名文化的感悟作用[J]. 中国地名,1993(3): 38-39.

## Analysis on the tourism value and exploitation of toponymy culture

Hua Lu

(The Center for Chinese Modern City Studies, East China Normal University, Shanghai 200062, China)

**Abstract:** Because of the universality of toponymy, the culture it carries is always neglected. Varied culture phenomenon can be seen through the toponymy origin, change and meaning, such as geography, history, nation, tradition, religion, society and economy. Recently, toponymy culture has gained more and more attention since it was listed as the Intangible Cultural Heritage. This paper studies on the toponymy culture from the perspective of tourism, showing that the toponymy culture has great values to tourism. Finally, it gives some suggestions on how to exploit the toponymy culture as a kind of cultural tourism resource.

**Key words:** toponymy; toponymy culture; tourism resource; the exploitation of tourism resource