

文章编号:1673-2049(2006)03-0081-05

旅游风景区景名规划设计

席岳婷¹, 魏峰群², 马耀峰²

(1. 长安大学 地球科学与国土资源学院, 陕西 西安 710054;

2. 陕西师范大学 旅游与环境学院, 陕西 西安 710062)

摘要:针对风景区中景观景点细节的规划设计成为旅游规划新要求的现实情况,对由此而衍生的新内容“景名规划设计”进行了探讨,提出了景名规划设计的概念、基本原则,建立了若干进行景名设计的方式方法,并通过实例分析说明景名规划设计在旅游规划中占据的重要地位。结果表明,景区内点染主题和意境的景名成为旅游者获得美好体验的重要组成,使得对旅游规划中“景名规划设计”的深入细化研究成为现代旅游规划的新亮点。

关键词:景名规划设计;旅游风景区;旅游规划;旅游形象

中图分类号: TU984

文献标志码: A

Planning Design of Tourism Scene Name

XI Yue-ting¹, WEI Feng-qun², MA Yao-feng²

(1. School of Earth Sciences and Land Resources, Chang'an University, Xi'an 710054, Shaanxi, China;

2. School of Tourism and Environment, Shaanxi Normal University, Xi'an 710062, Shaanxi, China)

Abstract: The new content “planning design of scene name” was discussed in light of the current situation of new request of tourism planning design in the area of landscape spot. The concept, fundamental principle of planning design of scene name were put forward, and the way and method of a series of scene name design were built, through the example analysis, authors explained scene name design played an important role in tourism. The result shows that the theme in scenic area and artistic conception of scene name become an important role when tourists get a happy experience. Finally, authors made deeply studies for “planning design of scene name”, which let modern tourism planning being into a new light.

Key words: scene name planning design; tourism scenic area; tourism planning; tourism image

0 引言

旅游从本质上说,是一种异地的体验,是体验经济的典型形式^[1],越来越多的旅游景区成为旅游者向往的地方,并且都希望获得一份持久难忘的旅游体验,但是一流的资源和一流的创意,并不是随处可得,而且旅游者对目的地的热望或冷淡并不总是取决于以上因素,旅游地的知名度、美誉度、认可度,以

及影响旅游地的一些因素更为重要,因此研究旅游者对旅游地的认知状态,通过景名的规划设计,使之成为旅游形象要素已经成为规划新要求。

近年来,中国各地编制了大量的旅游发展规划、区域总体旅游规划、旅游景区规划、旅游项目规划以及项目设计,对于科学指导各个空间层次的旅游业发展,起到了非常重要的指导作用^[2];但是,如果从旅游文化内涵挖掘和展示的角度去审视大多数编制

收稿日期:2006-05-16

基金项目:国家自然科学基金项目(40271037)

作者简介:席岳婷(1973-),女,陕西彬县人,讲师,管理学硕士, E-mail:xiyueting@163.com。

的旅游规划,会发现中国旅游规划中景名规划等相关内容严重缺失,使旅游区固有的历史文化内涵没有得到充分的挖掘和展示,最终旅游规划成为建设规划,缺少独特的灵性与个性,因此,在旅游规划评审时,专家、开发商和当地政府常对旅游建设项目的命名问题感到无从下手,甚至在一些项目设计中牵扯到命名时,往往所取名字带有专家个性的痕迹,名字与专家的性别、爱好、文学修养等关系密切,却和项目主题相去甚远,所以,如何提升旅游区的文化品味,塑造独特的旅游文化成为行业内最为关注的问题。在此基础上,如何根据旅游景区的主题设计各功能区的景名也成为规划的新内容。

上面所述的内容其实在中国的古典园林中早已有所体现。中国古代的造园者善于运用文学上形象思维的艺术魅力来美化园林,园林景物是一幅幅立体的图画,对园林欣赏中的“观”和“品”,是想象,是体验,是移情,是观赏者神游于园林景象之中而达到的“寓情于景、触景生情、情景交融”的最高境界^[3]。在园林建设中常用匾额、楹联、碑刻等点染出主题和意境,不仅起到装饰作用,更加起到画龙点睛、为园景增色的效果,对于今天的景名规划设计而言应该是一个很好的借鉴。

所谓景名规划设计,就是在旅游项目规划中,借助文学、艺术、建筑、心理等相关领域的知识对规划项目内的景物进行命名,从而达到深化主题、丰富意境、提高旅游景区文化内涵的目的。

1 项目设计中景名规划的主要作用

1.1 突出主题

旅游项目的设计要充分依托本地资源,景名的规划设计同样如此,应该挖掘和利用旅游资源的优势,旅游项目的景名规划设计必须围绕特定的主题,体现出鲜明的特色才可以抓住旅游者的心,尤其对于核心景物,更是应本着烘托主题的思想,选择使人们印象深刻,易于记忆的景名,使旅游者一想到这些景物名称就记起了这个景区。

1.2 注入文化内涵

旅游项目的最高表现应该是文化,一种文化的表现形式就是一种文化产品,所以景名规划设计要注重文化的注入,要在每个功能区或是具体的景物中体现一种主题文化,要透彻地分析地方文脉,充分挖掘地方文化内涵。对于建筑小品、绿化小品等细节,可以通过景名来营造浓郁的文化氛围。比如园林中的一些著名建筑中的题刻,都经过了诗人们“吟

安一个字,捻断数根须”的千锤百炼,游人读来产生异乎寻常的艺术感染力。

景名的文化内涵所涉及的文化层面是很广泛的,中国的园林既受儒家思想影响,也受道家思想影响,例如,景区中的书斋有取名为“集虚斋”,其中的“集虚”,语出《庄子》:“唯道集虚”,意思是只要你到达空明的心境,道理自然与你相合,“集虚斋”可以说是读书和修身养性的书斋^[4];还有园林中的“濠濮亭”,出自《世说新语》,表现的都是向往自然,回归自然,与自然为一体的道家思想;另外,“沧浪亭”、“听松风处”分别出自《孟子》、《招隐》等,代表超然于世俗之外或是以伦理品格的角度观照自然物象,这些表现的又是儒家思想;还有“印心书屋”、“亦不二”、“活泼泼地”、“闻木樨香轩”等景名,表达的又是禅宗中有关处世态度、悟道等内容的佛教思想^[5]。在景名规划时应该注意使景名符合所在旅游景区的主题,从而表达出深厚的文化内涵。

1.3 创造意境

旅游项目设计过程中,在表达出主题时,还应塑造美好的景区意境,很多时候,意境是含蓄、朦胧的,它所蕴涵的象征意味和深层寓意,常令旅游者难以准确地领悟和把握,因此,可以借助景名中的文学语言,将旅游景区精巧的艺术构思和思想意蕴顺利地传达给旅游者,所以景名不是无足轻重的装饰,而是重要的造景要素,景名能够造成典雅、古朴的气氛,对景区的意境有画龙点睛之妙,就如《红楼梦》贾政所说:“若大景致,若干亭榭,无字标题,任是花柳山水,也断不能生色。”

2 景名规划的基本原则

风景区景观景点的命名具有重要的作用和意义,在风景区景名规划时应遵循以下原则:

(1) 雅俗共赏

由于人们的文化艺术水平和兴趣爱好的不同与多样,在旅游审美过程中表现出一定的差异性,对景观会有不同的联想和认知,因此景观命名应力求雅俗共赏。

(2) 形神兼备

当景观命名由俗至雅时,必然由形象描述转为追求意境。单纯的描绘导致命名过于直白,缺乏令人遐想的空间,因此必须达到不但形似,而且神似的较高境界。比如网师园中的一个游憩亭,就以“月到风来”为横匾,给此处命名为待月亭,确实可以感到一种盎然的诗意。

(3)具象和意象结合

所谓具象,是指客观存在着的或在认识中反映出来的事物的整体,日月星辰、花草鱼虫、自然万物等都是艺术创作取之不尽的源泉。所谓意象,是指从具象事物中被抽取出来的相对独立的各个方面、属性和关系等,景名在这个领域可以借鉴典故传说、哲理志趣和吉祥善庆等^[6];将意象和具象结合在一起,才可以表达出旅游景区丰富的主题。

(4)显义和隐义结合

景观命名不宜太显,否则将会一目了然,索然无味。命名含蓄幽妙,则会使人反复沉吟、余味无穷,有曲径通幽之妙。巧妙的含蓄可以加深景观的感情意味,引导旅游者的艺术联想。

(5)创新与继承并举

景观命名应创新与继承并举,不能脱离实际、凭空捏造,既要采用适当的命名来体现延续性,展示当地文化传统,又要融入时代气息,使用新的词汇与概念来丰富命名,弘扬时代精神。

(6)地域特色

景观命名一定要突出地域特色,与传统地名风格相吻合、相谐调,依托地域文化背景,突出自身特色,形成鲜明的景名。

(7)诗词名句点缀

许多旅游景区都有丰富的历史文化资源,无数文人墨客都在很多地方留下了不朽的诗篇,其中的一些名句,更是经过了诗人们的仔细推敲,因此中国深厚的哲学思想和“为求一字稳,耐得三更寒”的文字推敲功夫,使得景名在规划中若能用寥寥数字表达景区的文化内涵,在追求“切雅精深”的基础上,展现景区魅力,会进一步提升景区的吸引力。也就是说,如果在景名设计时,能借鉴一些脍炙人口的名句,与景名设计恰到好处的融为一体,就会收到意想不到的效果。比如拙政园中的“与谁同坐轩”,借宋代大诗人苏轼“与谁同坐?明月、清风、我”的佳句来抒发一种高雅的情趣与意趣。

3 旅游风景区景名命名

3.1 专有名词命名法

专有名词主要是指表示人或事物的专有名词,比如人名、地名、方位名词、物名等,在景名规划设计时,可以根据景区的主题,选择专有名词来命名,比如拙政园内有一处景亭取名为“槐雨亭”,其中的“槐雨”两字就是拙政园第一主人王献臣的自号;还有留园内的“曲溪楼”,是因楼前所在地面临曲溪而得名,

另外也可以物作指称符号,比如“海棠坞”、“大唐芙蓉园”、“鹤亭”等。

3.2 语言修辞命名法

语言修辞命名法是指使用比喻、象征、使用典故等修辞手法设计规划命名,这一点符合中国人善将情感寄托的心理。如果使用比喻手法,如景区内的拱背小桥,可以命名为“飞虹桥”或“卧虹桥”,比喻桥如天上彩虹飞沉水底,或者桥如天上长虹跨卧水上;还有“瑶琳仙境”、“洗月亭”等都是比喻手法的命名。对于象征手法,比如“藕花水榭”、“听松风处”等,是以莲象征纯洁,以松象征坚韧顽强;还有引用典故的命名手法,可以引用诗文中的一句,或半句,或全句诗文为景点命名的整用手法;也可以从两句诗文中各取一词或者从一句诗文中分别取一字为景点命名的拆用手法;还可以不拘泥于诗文原句,只将其原义浓缩成两字为景名的化用手法;最后还可以引用书中故事或词语为景点命名的引用手法。比如“怡颜处”语出陶渊明《归去来辞》中的“引壶觞以自酌,眄庭柯以怡颜”;“月到风来亭”语出邵雍《清夜吟》中的“月到天心处,风来水面时”;“听雨楼”语出诗句“蕉叶半黄荷叶碧,两家秋雨一家声”等。

3.3 记事状物命名法

记事状物命名主要是叙说景点名称来历和作用或者描绘景点情状的手法。比如“听书台”、“啸月台”、“若墅堂”等的命名就属于此类命名手法。

3.4 言情述志命名法

言情述志命名法可以应用在旅游景区结合主题和景区的具体特点来表达一种情感或志向的手法,比如“放眼亭”语出白居易《洛阳有愚叟》中“放眼看青山,任头生白发”,表达一种胸襟开阔,性情豁达的气势。

4 实例分析

多浪旅游风景区位于新疆南部的阿克苏市,这里曾经是内地连接西域的中枢,是丝绸之路的重要节点,历史悠久,文化底蕴深厚。其境内聚居着维吾尔、哈萨克等30多个少数民族,深厚的多元文化、优美的自然环境为旅游风景区的景观景点命名提供了依据和基础。

多浪旅游风景区规划设计的核心理念是在自然风光和民族文化的基调上融入现代休闲旅游思想,努力追求传统与现代特色相融合、自然与人文精神相统一的最高境界,具体内涵包括绿色、生态、休闲、文化四大理念支柱,即创造绿色环境,维护生态平衡,追求健康生活,体现文化精神。

4.1 风景区地脉溯源

地脉是风景区及区域地理环境背景,包括地质地貌、河流水系、土壤气候、生态系统等自然环境特征,是旅游风景区的硬质环境基础。

(1)地域环境背景:多浪旅游风景区地处阿克苏市中部,自然生态环境较好,成为新疆南部地区名副其实的“绿宝石”。由于风景区地处戈壁绿洲之中,区内水资源极为丰富,有库玛拉克河、多浪河等河流,使得区域内遍布大面积的野生胡杨林、人工防护林带,万顷水稻田和万顷果园,是人们走进自然、放松心情的好地方。

(2)景区环境背景:多浪风景区风景优美,环境宜人。区内的稻田、鱼塘、农舍、篱笆构成别具江南情调的独特景致。沿河滨鱼塘整齐而连续分布,塘面宽广,星罗棋布的稻田分布周边,飘出阵阵稻香;葡萄架下身着民族服装的小伙子和姑娘们唱着“木卡姆”,跳着优美舞蹈,与远处的天山雪景构成了一幅动人的画面,成为人们远离喧嚣,回归自然,修身养性、享受生活的世外桃源。

4.2 风景区文脉溯源

文脉是风景区及区域发展的历史文化、社会经济、民风民俗等人文环境背景,是旅游风景区的软质环境支撑。

(1)地域文化背景:风景区所在的阿克苏市是东西方交往的枢纽——丝绸之路的必经重地。神秘的西域文化、古老的宗教文化、异域维吾尔族文化、多彩的丝路文化相互融合,逐渐形成了浓厚的民族特色。

(2)景区文化背景:风景区是刀郎人的聚居地之一,在闭塞的自然环境里,刀郎人形成与其他维吾尔人迥然有别的生活习俗、语言、文化、艺术和心理特征,并进而形成了具有原始美和纯朴美的多浪文化。独特的多浪文化、悠久的龟兹文化、淳朴的屯垦文化、时尚的现代休闲文化相互交叉渗透,形成风景区独具一格的文化背景,如图 1 所示。

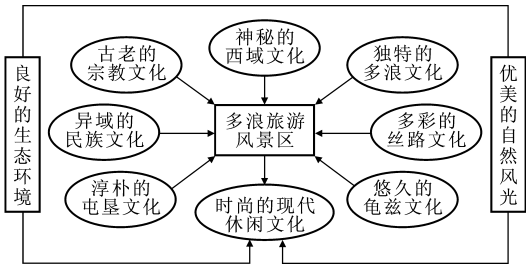


图 1 多浪风景区地脉、文脉认知
Fig. 1 Geography and Culture of Rip Tide Scenic Area Discernment

4.3 景名规划设计方案

新疆多浪风景区共分为 3 个子景区,分别为柯柯牙绿化景区、多浪休闲景区、胡杨商务景区。

4.3.1 柯柯牙绿化景区

主题名称:柯柯牙绿化景区——绿海盛景(横额)。点睛之笔:花果园风光四季春;柯柯牙精神百代传(楹联)。

柯柯牙景区景观景点命名见表 1。

表 1 柯柯牙景区景观景点命名
Tab. 1 Kekeya Scenic Area and Scenic Name

景观景点	拟命名	涵义	拟名释义
绿化展示馆	琼瑶馆	碧玉琼瑶	“碧玉琼瑶”出自元代回鹘(今维吾尔族)人薛昂夫的散曲《雪》中之句:“天山碧玉琼瑶,点点杨花,片片鹅毛。”
果园游赏廊	绿紫廊	绿障萦绕	“绿障萦绕”取自现代余萍《贺新郎·游柯柯牙有感》词句:“一带绿障紫萦绕,鸟语花香成趣,秋果累,金叠雾。”
游客采摘处	采之苑	悠然采之	“悠然”出自陶渊明“采菊东篱下,悠然见南山”诗句。“采之”出自《诗经·周南·采芣》诗句:“采采芣苢,薄言采之。”
服务基地	明珠楼	林海明珠	取现代李金香《满江红·柯柯牙绿化工程》“万顷宏图公仆绘,千秋序幕人民揭。喜金秋,林海闪珠光,辉明月”词意。
花卉园	古丽苑	古丽艳芳	古丽:维吾尔语对花的美称。爱花、戴花、养花是维吾尔族的传统习惯。他们认为花是最美的东西,能带来幸福和欢乐。维吾尔族古老的《戴花歌》唱道:“花儿美、花儿香,戴在头上多漂亮。年轻时,似花样;年老时,果更香。”
露天表演场	刀郎木卡姆广场	舞姿回风	新疆各民族都能歌舞善舞,随处可见的吹拉弹唱和翩跹舞姿,表达了他们性格的炽烈和热情的奔放。木卡姆本是阿拉伯语,作为音乐艺术品种,它常被引申为音乐、调式、组曲、大曲解释,是集音乐、文字、舞蹈、生活、民俗于一体的巨型传统艺术,是中华民族艺苑百花中的一朵奇葩。刀郎木卡姆是新疆维吾尔族风靡于世的 5 种不同类型的木卡姆之一。
游客宾馆	天人苑	天上人间	“天上人间”取自现代于右任《人月圆·迪化至阿克苏机中作》词句:“人生难得新机会,天上看天山,人间天上;人间天上,天上人间。”

4.3.2 多浪休闲景区

主题名称:多浪休闲景区——多浪苑(横额)。

点睛之笔:阿克苏清波迎远客;多浪苑盛装舞胡旋(楹联)。

多浪景区景观景点命名见表 2。

表 2 多浪景区景观景点命名

Tab. 2 Rip Tide Scenic Area and Scenic Name

景观景点	拟命名	涵义	拟名释义
特色鱼展览馆	锦鳞馆	锦鳞荟萃	“锦鳞”取宋代范仲淹《岳阳楼记》中“沙鸥翔集,锦鳞游泳”句意。
民族风情苑	风情苑	西域风情	楹联:江南美景移边城;塞上风情满神州 横额:秀色可人
滨水广场	春色广场	湖光春色	“湖光春色”取自京剧《红梅阁》唱词:“绿杨堤上春光早,莺歌阵阵声转高,湖光春色无限好,人在画中外分娇。”
演艺广场	胡旋演艺广场	胡旋遗韵	“胡旋”取白居易、元稹同题长诗《胡旋女》诗意。白居易出自白孝德后裔,具有汉与龟兹双重血统,是中原文化与西域文化的中介人。元稹系鲜卑族后裔,与白居易齐名,并称“元白”。

4.3.3 胡杨商务景区

主题名称:胡杨商务景区——胡杨仙境(横额)。

点睛之笔:千年胡杨生千年立千年根锁强沙千年固;万古天山越万古雄万古峰融弱水万古流(楹联)。

胡杨景区景点命名见表 3。

表 3 胡杨景区景观景点命名

Tab. 3 Poplar Forest Scenic Area and Scenic Name

景观景点	拟命名	涵义	拟名释义
会务别墅区	边城菊墅	边城菊墅	边城菊:阿克苏市有一种花,叶似淡竹叶,花似菊而小,五色俱全,但无香气。这种花中国没有,是当地维吾尔族人从俄罗斯引种的,即名俄罗斯花。清代诗人施补华嫌其名不雅,遂易名边城菊,并写诗记之:“从余唤作边城菊,颇似孤寒始得名。”
品茗小屋	品茗屋	品茗甘芳	“甘芳”取自清代爱新觉罗·弘历《阿克苏桑壑因成八韵咏事》诗句:“迎眸磊落诚轩意,可口甘芳孰朵颐。” 楹联:葡萄美酒惹人醉;胡杨仙境任君游
沙滩	落雁滩	沙洲落雁	取自清代褚廷璋《阿克苏》诗句:“壕上射生城落雁,军前飧土帐鸣鼙。”
胡杨林	神树苑	神树奇观	胡杨又称“神树”,是一种既古老又长寿的树种。在新疆库车千佛洞地层中发现其化石,考证至今约有 6 500 万年。有“三千年胡杨永垂不朽”之说,即活而不死一千年,死而不倒一千年,倒而不朽一千年。

5 结 语

在旅游规划设计由宏观区域开发战略向微观细节发展的趋势中,根据旅游景区的主题设计各景观景点的景名应成为规划的新内容,只有这样才可提升旅游区的文化品味,塑造独特的旅游文化和旅游体验。“景名规划设计”的概念应该值得关注,对其深入细化研究亦应成为旅游规划的新亮点。

参考文献:

References:

[1] 曹新向. 体验经济时代的旅游业发展对策[J]. 西北农林科技大学学报:社会科学版,2004,4(5):126-129.
CAO Xin-xiang. Tourism Development in the Age of Experience Economy[J]. Journal of Northwest Science and Technology University of Agriculture and Forestry: Social Science Edition,2004,4(5):126-129.

[2] 赵黎明,黄安民. 旅游规划教程[M]. 北京:科学出版社,2005:2-5.
ZHAO Li-ming, HUANG An-min. Course in Tourism Planning[M]. Beijing: Science Press,2005:2-5.

[3] 吕龙根. 导游知识读本[M]. 北京:旅游教育出版社,2002:95-123.
LU Long-gen. Tour Guider Knowledge Textbook[M]. Beijing: Tourism Education Press,2002:95-123.

[4] 方 茜. 苏州四大名园中的景名文化[J]. 建筑创作,2004,16(10):116-121.
FANG Qian. The Culture of Name in the Park of Suzhou[J]. Architecture Culture,2004,16(10):116-121.

[5] 方 茜. 岭南私家园林中的景名文化[J]. 中外建筑,2004,10(4):60-62.
FANG Qian. The Culture of Name in the Park of Lingnan[J]. Architecture of Chinese and Foreign,2004,10(4):60-62.

[6] 金荷仙,华海镜,周慕真,等. 园名景名的取名方法及其文化内涵[J]. 浙江林学院学报,1999,16(3):303-307.
JIN He-xian, HUA Hai-jing, ZHOU Mu-zhen, et al. Garden Name and Landscape Name Inscription Method of Cultural Connotation[J]. Journal of Zhejiang Institute of Forest,1999,16(3):303-307.