

挖掘海洋文化底蕴，地名也能成为舟山耀眼名片

——对话央视《中国地名大会》专家组首席专家王建富

□记者 陈静



不久前，《中国地名大会》第三季开播，今年的《中国地名大会》依旧以地名知识为载体，带领大家重新认识地名文化，领略地名背后的历史、生活、情感和信仰，展示了一个回望历史、赓续传统、思索当下、展望未来的中国。前两季《中国地名大会》，每季都不乏舟山要素、定海要素，这些题的设计者，便是担任《中国地名大会》专家组首席专家的全国民政行业领军人才、定海历史文化与古城保护利用专家咨询委员会专家王建富。

舟山的地名到底有哪些历史典故？舟山还有哪些值得挖掘的地名文化？地名文化能否成为舟山全域旅游的亮点？如何通过地名文化的传承来提升城市美誉度和知名度？……近日，本报记者就这些问题专访了王建富。

人物名片



王建富，舟山市地名服务中心编审（正高级），毕业于杭州大学地理学系。全国优秀社会科学普及专家、全国民政行业领军人才、舟山市资深拔尖人才，多年来致力于舟山地名文化的挖掘、整理与研究，先后出版《舟山群岛地名文化坐标》《舟山群岛史话》《群岛老街巷记忆》《舟山群岛新旧地名录》《海上丝绸之路浙江段地名考释》《地载海山名志千岛——海鸟鲜为人知的那些事》等多部专著，曾获得海洋科学技术奖一等奖、海洋工程科学技术奖二等奖，担任央视中文国际频道大型文化类节目《中国地名大会》专家组首席专家。

本版图片由受访者提供



地名能体现舟山自古与国家战略息息相关

对话舟山：王老师，您从事地名文化工作多年，舟山有哪些最能反映典型自然或人文地理特征的地名？

王建富：舟山的地名其实特别有意思，大概可以分为三大类。第一种就是在全国，甚至全球有独特地位或者有重大影响力的地名，例如昌国、定海、舟山等；第二种，就是反映舟山当地文脉，显示当地人民精神意志的，往往和一些重大历史事件有关，例如大五垒山、小五垒山、浙港等；第三种就是具有舟山独特地域特色的，有别于其他地方的地名，例如卖盐岭、卖柴岭、贩鲜岭等。

对话舟山：为什么昌国、定海、舟山这些名称会在全国有影响力？贩鲜岭又在哪儿？能请您详细说说这些地名的典故吗？

王建富：舟山和定海独特而复杂的地名变迁历史，其实和历史上的国家开发战略密切相关。舟山古称甬东、甬句东。史书记载，舟山首次设县是在唐开元二十六年（738）。到了北宋熙宁六年（1073），朝廷在实施“富国强兵”战略过程中，广拓海上贸易。

时宋神宗赵顼采纳了改革家王安石之请，于舟山群岛重设县治，并从“意其东控日本，北接登莱，南亘闽粤，西通吴会，实海中之巨障，足以昌壮国势焉”的高端定位出发，取名为“昌国县”，从而带动了当时舟山社会经济的飞速跨越，卷起了舟山发展的第一个浪潮。然而，历史风云变幻莫测。到了明清两代，因历史上的倭寇、海盜骚扰，朝廷数读实施海禁政策，逼迫舟山居民大量内迁，导致当地一度荒废。康熙二十三年（1684），重新开海展复。二十六年，康熙皇帝以“山名为舟，则动而不静”为由，改“舟山”为“定海山”，御题“定海山”之名，并于第二年在舟山群岛设定海县，而改当时的宁波定海县为镇海县。“舟山”一名产生于宋代，因“舟之所聚”而得名，1953年，国家成立舟山专区，“舟山”一名从此作为行政区域的专名使用。这一地名源于交通和贸易，说明舟山的腾飞要依托大港、依托于贸易。可以看到一个昌国，昌壮国势，宣示了对外开放的富国战略；一个定海，海定波宁，是舟山海防前哨的权威定义；还有一个舟山，曾经的贸易起源地将再次成为

全球贸易的关注点，所以说这三个名字和整个国家以及国际社会的大发展密不可分。

而大小五垒山，则由乡贤在鸦片战争时期由大小乌龟山谐音更名，鸦片战争首战在定海打响，第二次定海战役时三总兵率将士在这里奋起杀敌、抵御外侮，显示了舟山人民威武不能屈的英雄气概。而浙港又被称为“平倭港”，顾名思义，和金塘人民在此斩杀倭寇有关，至今这里还有一块保存完好的平倭港碑记录当年的历史。贩鲜岭是在白泉的一个地名，清·康熙《定海县志》图载：贩鲜岭位于定海县白泉与北埭（今名北岬）两地界山处，属竺家尖山脉向北延伸段，临近天打岩。路径呈东西走向，东起北岬山头，西连大支村。在康熙展复之后的数百年间，贩鲜岭是“四邻八乡”往来的必经之道。贩鲜岭东北的钓门、钓山、黄沙等村是渔区，海鲜比较多，定海、白泉一带的鱼贩子经常要到北岬来贩海鲜，当时没有公路，只能翻山过岭，故此形成了其独特且带有海洋与渔业文化属性的地名“贩鲜岭”。

传承历史地名，讲好舟山文化故事

对话舟山：随着城市的发展和变迁，一些能反映舟山典型自然或人文地理特征的地名很少使用，有些甚至逐渐消失，成为一代人割舍不了的情怀。对于现在仍然使用的一些老地名，我们要如何更好地保护、挖掘其文化内涵？

王建富：一个地名，或承载一段古老的传说，或铭记一段历史的变迁，或附依某种民俗与风情，无论是哪一种，都直观反映了当地历史，极具文化价值。续用老地名，亦是正视自身优秀的文化，从而唤醒民族文化自觉、焕发民族文化自信的一种良好方式。由于历史原因，贩鲜岭在很长一段时间内被称为“翻兴岭”，以至于它最早的名字逐渐被淡忘。当地近两年通过修建牌坊、石碑，还原“贩鲜”场景，让大家更好地了解过去的生活，一代人的记忆马上就回来了。当地还拍摄了一段关于贩鲜岭历史变迁的视频，通过现代媒体的多种手段来传播这个地名的历史变迁和文化故事，很好地传播了地名文化，不失为对历史传统的良好传承方法。

对话舟山：一个小小的地名，一下子成了当地人联系的纽带，对于海外华人来说，家乡的地名更是他们维系情感的一种方式。如何通过地名唤起更多人尤其是一些海外华人对家乡的记忆和热爱？

王建富：无论是在外地还是在海外的舟山人，

要唤醒他们的家乡情怀，我们常常是通过乡音。这个乡音其实包括两个方面，一个就是故乡方言，说话的语调、口气等；第二个是故乡地名的读音，特别是一些老一代的华侨，对家乡眷念也是需要通过这些特定的地名、物品或某些文化元素来承载。如果名称改了，再回到自己的家乡时，就有可能找不到以前的那种味道，因为承载了这份情感的符号被更换了。

多年来，有不少海外华人来舟山通过乡音寻亲。我记得刚刚参加工作，两岸通邮才起步，我就曾经收到过不少舟山籍去台老兵的寻亲信件。他们有一部分不识字，信件都是请人代写的，信封上的地址都是凭往昔的读音记忆，常常出现错误，可能完全找不到地方。我后来尝试用舟山方言翻译信封上的地名，再与现存地名一对照，尽力找寻正确地址，让很多离散的亲人得以团聚。从这件事可以看出，中国人的乡土情结是很深刻的，即使离开家乡数十年不得回归，但故乡的地名仍然会牢牢镌刻在他们的脑海里。因此，我常说，地名就是游子赓续根脉最重要的线索，这也是保护、续用老地名的意义之一。

对话舟山：舟山的很多地名都有历史典故和传说，这些地名文化是否值得被挖掘？

通过地名提升城市美誉度先要扩大影响力

对话舟山：四川的宽窄巷子、北京的胡同文化等都能成为当地的旅游资源，舟山是否也可以将地名文化转化为一种旅游资源来吸引游客？

王建富：要将地名文化转化成旅游资源，最需要考虑的应该是怎样保留过去独有的生活场景，以及寄托在地名之上的传统建筑，如何在现有基础上，通过现代化的技术手段去修复。宽窄巷子中，其实并不是所有的建筑都是传统建筑，但是它通过地名文化和非物质文化遗产的紧密结合，恢复了历史场景，就有了我们现在看到的独特的景象，能够品味其中的文化内涵，又能亲身感受文化氛围。这种结合是有生命力的，是能长远发展下去的。

我们的定海古城，目前从全国来看，还是具有独特性的。我们的部分传统建筑保存还相对较好，在古城保护开发中如何串珠成链，再演变成锦绣的一个面，是我们当下要考虑的。另外就是生活场景的还原，现在已经逐渐恢复中。例如我们将恢复古城东门的砚池、墨井、奎光阁、文笔峰等建筑，希望将来能成为展示地名文化、历史文化的“一个面”。

对话舟山：舟山正在实施“小島你好”和“星辰

大海”计划，意在培育海洋文化新标识、提升城市文化软实力。如何通过地名这一载体丰富舟山海洋文化，提高舟山城市美誉度和知名度？

王建富：街巷地名更多的是对地理位置、建筑、商号、居住人以及时代特征的刻录——比如顺裕弄、裕大弄、恒丰弄、泉大弄、隆泰行弄等地名，展现了著名老字号的风采；陶家弄、竺家弄、向家弄、朱家塘弄、唐家老弄等地名，留存了当地居住人的历史印迹；解放路、人民路、聚魁弄等地名，则反映了时代特征。要想通过地名来提高城市的知名度，我们首先要扩大这些地名的影响力和传播广度。很多从事地名工作的专家、学者，除了从事专业的研究工作外，应该有责任也有义务，把地名背后的历史文化，用一种通俗易懂的方式告知大众，使其成为大家耳熟能详、家喻户晓的文化。当然，我们还可以通过《中国地名大会》这种全国知名的节目来传播地名知识，这也是提高城市知名度的一种好方式。

地名文化的传播和推广，还可以通过一些让人喜闻乐见的方式，例如和老百姓的衣食住行相结合。我们有非常多的地理标志产品，岱山晒生、皋泄

确实有很多地名典故和传说在时间长河中逐渐被掩盖、失传。主要是一些小地名，比如说一个村庄里面的局部区域，小山包、小山坡、小山谷、小溪流的名称，这些名称可能上不了地图，所以对我们的采集工作有一定的局限性。这些地名中也有一些反映当地居民的生活方式，可能对很多外来者来说比较陌生，但是对当地居住的人，或者祖籍在当地的海外舟山人，是他们心中抹不去的一种记忆。因此，保留、挖掘这些地名典故和传说，是很有意义的一件事。

对话舟山：那我们能不能通过挖掘渔农村的这些地名文化内涵，来促进乡村振兴发展？

王建富：我们说中华民族的乡愁，正是刻在一个个生动的具有文化内涵的地名中。挖掘地名文化既是传承乡村文化的有力之举，也是坚定中国文化自信的重要举措。对于渔农村的地名文化，我们还要进一步挖掘。有些渔农村的地名融于农村产业、农民生活，所以这也是打造特色渔农村地名文化品牌的一种新思路。例如登步，有地理标志产品登步黄金瓜，在这里发生过登步战役，还有登步为什么在宋代被称为“登部”，这些串联起来未尝不是一个新的文旅结合的发展方向。

杨梅、金塘李……从饮食入手，一点点去了解当地的地名、历史。例如长涂岛上的“抗倭井”，也称“倭井潭”，就是为了纪念戚家军剿平倭寇而立，岛上人用“倭井潭”水做硬糕，现在已成为长涂特产扬名四方；也可以和舟山非遗文化结合，例如通过唱渔歌、翁洲走步，将地名文化融入其中，未尝不是一种新的尝试，例如《舟山岛引路歌》，从“田涂建造关圣殿，六条溪来闯王关”写到“小小踏床高高山，对面就是十八湾……”全文涉及舟山142个地名。《岱山引路歌》“一进（子）蓬菜末，泥峙（呢吗）吞。新打藤牌聚英庙，老鹰山嘴高……”《长涂地名调》“西南庙朝南砌，拐过就是皇坟墓，皇坟墓真歪拐，拐过就是郑家吞……”分别写到了岱山岛55个地名和长涂岛13个地名，让外岛人一来岱山就能了解村村吞吞。这种民间的地名歌谣传播力量是非常强大的。在这些基础上，我们可以利用网络媒体传播态势，在各大资讯平台、短视频平台，形成一种强大的传播态势，线下还可以积极探索地名文创产品研发，充分利用地名文化资源，这对提升城市影响力和知名度肯定是大有益处的。