

水利形象的再现与塑造

——基于1949年以来中国水利题材邮票的调查与分析

张伟兵^{1,2},王冠华^{1,3},耿庆斋^{1,2},吴华赞^{1,3}

(1. 中国水利水电科学研究院,北京 100038; 2. 水利部防洪抗旱减灾工程技术研究中心,北京 100038;
3. 中国水利水电科学研究信息中心,北京 100038)

摘要:在对1949年以来中国发行的水利邮票系统整理与分析的基础上,借鉴新闻学相关知识,对邮票反映的水利形象进行了分析和思考。总体来看,邮票反映的水利形象可归纳为:水利是国民经济和社会发展的重要组成部分,防洪、灌溉与城乡供水以及大型水电站建设是水利建设的主要任务,现阶段水利发展前景良好,水利人具有无私奉献和团结协作、顽强拼搏的优良作风,水利建设和发展的环境优美。邮票上的水利形象基本反映了中国60年来水利发展的实际形象,但与客观、真实的水利形象相比,还存在一定偏差,建议水利部门积极加强与国家邮政管理部门的沟通,从思想认识、选题规划、科普宣传以及特色文化建设等方面加强对邮票中水利形象的塑造,为新时期水利发展创造良好的外部环境。

关键词:水利邮票;水利形象;形象塑造

中图分类号:G122

文献标志码:A

文章编号:1671-4970(2015)05-0083-05

邮票素有“国家名片”之称,是一个国家(或地区)对外宣传的重要“窗口”^[1]。我国自古以农立国,水利在国民经济和社会发展中占有重要地位,以水利为题材的纪念邮票(以下简称“水利邮票”)不仅成为邮票世界的重要组成部分,而且也得到广大集邮爱好者的重视和青睐。如《世界水利邮品博览》收集了近200个国家和地区发行的2200余枚水利题材票、封、片、戳等邮品,形象生动地介绍了世界各国水利事业及发展的辉煌成就^[2]。部分学者则对水利邮票进行了研究^[3-6],这对丰富水文化内涵、弘扬水文化精神起了积极作用。但同时也存在不足,一方面,这些研究基本上是一种表面上的介绍,对邮票中蕴含的水利建设和发展的规律及特点,鲜有涉及;另一方面,这些研究基本上是采用个案举例的方式进行描述的,缺乏系统性。

2011年中央发布的《中共中央国务院关于加快水利改革发展的决定》提出对水文化工作要“动员全社会力量关心支持水利工作”。同年年底,水利

部制定并公布了未来10年《水文化建设规划纲要》,强调指出,要加强水文化研究,更好地为水利改革发展做好文化服务。基于此,笔者以1949年后中国发行的邮票为基本资料,在对其中水利邮票系统整理分析的基础上,借鉴水利学、新闻学等知识,试图揭示邮票中蕴含的丰富文化内涵,以为新时期水文化建设工作提供参考借鉴。

一、新中国水利邮票发行的基本情况

1. 资料和收录原则

主要根据中国集邮研究会编的《中华人民共和国邮票目录(2011年版)》^[7]进行整理,部分邮票信息参照《新中国邮票知识图鉴2011》^[8]补充。收录原则确定如下:①对套票名称为水利内容的,全套收录。主要包括有著名水利工程、重要水利事件以及江河湖泊风光等。②对套票名称不是水利内容,但其中个别邮票涉及水利内容,收录原则为:其一,图案名称是水利内容,直接收录;其二,图案全部或局部是水利内容的画面,也予以收录。

收稿日期:2015-06-30

基金项目:国家社会科学基金重点项目(14AZD128)

作者简介:张伟兵(1974—),男,山西洪洞人,高级工程师,从事水利信息化及水文化研究。

2. 统计分析

据上述原则,从1949年10月至2010年,我国发行的水利邮票约180枚。其中,套票以水利为题材的38套123枚,套票不以水利为题材但单枚邮票的图案名称或画面为水利内容的44枚,涉及套票33套,另有1张小本票和12套小型张。

从发行年份和数量上来看,大致以1984年和1998年为界,可划分为3个时期。1949—1983年间,不仅发行年份少,而且发行数量小,35年间仅有19年发行水利邮票,且发行数量最多的年份也没有超过4枚。1984—1997年间,发行年份基本上比较连续,每年的发行数量也有所增多,但发行数量最多的年份没有超过10枚。1998—2010年,是水利邮票迅速发展一个阶段,呈现出发行年份连续、发行数量多的特点,共发行水利邮票91枚。特别是1998、2001、2007、2009年这4个年份,每年的发行量都在10枚以上,共计50枚,约占这一时期总发行量的55%(见图1)。

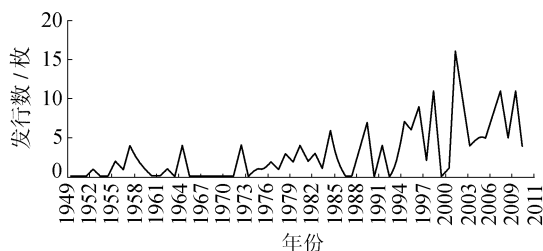


图1 1949—2010年我国水利邮票发行数量统计

二、新中国水利邮票的特点

邮票是一种文化载体,水利邮票承载着对外宣传水利形象的重任。从邮票反映的主题内容看,呈现出以下特点。

1. 以反映辉煌灿烂的水利事业为主线

新中国发行的水利邮票,若按事件发生的时间进行排序,就是一部简明中国水利建设和发展史,不仅反映了我国水利事业悠久而辉煌的历史,而且反映了新中国水利建设取得的伟大成就。如套票“1996-10 河姆渡遗址”,反映的是大约公元前7000年至5000年间长江中下游先民从事的早期水利活动^[9]。以现代水利为题材的邮票中,反映新中国水利建设辉煌成就的邮票很多,如淮河润河集分水闸为新中国第一座大型水闸;新安江水电站为新中国第一座大型水力发电站;刘家峡水电站是我国首座百万千瓦级水电站,也是当时我国最大的水电站,被誉为“黄河明珠”,等等。

2. 区域特色鲜明

我国地域广阔,地理类型多样。从邮票内容反

映的空间特征来看,水利邮票呈现出明显的区域特色。大型工程建设方面,大致以第二、三阶梯分界线为界,此线以西地区多以防洪和发电等为主,如“2012-12 黄河水利水电工程”;此线以东地区则以引水和通航等为主,如“T. 97 引滦入津工程”、“2001-16 引大入秦工程”等。环境水利方面,北方基本以自然环境为主,如长白山、向海、喀纳斯自然保护区等;南方则较多反映城市与河流的密切关系,如“1996-26M 上海浦东”等。

河湖自然风光方面,北方呈现出数量少、范围局限的特点,主要集中在黄河上游和松花江,主要景点如青海湖、镜泊湖、长白山天池等;南方则呈现出数量多、范围广特点,地域上遍及长江、珠江、淮河、太湖流域以及西南国际河流,主要景点如长江三峡风光、桂林山水、太湖、杭州西湖、巢湖等。

3. 时效性强,时代特征明显

时效性是就邮票发行的时间和邮票内容反映的事件发生的时间二者之间的间隔而言的。新中国水利邮票的突出特点是时效性强,如1958年10月发行的套票“十三陵水库”,是为了纪念1958年6月修建完成的十三陵水库,仅相差4个月;1964年12月发行的套票“新安江水电站”,是为了迎接1965年新安江水电站胜利竣工;1997年发行的“长江三峡工程·截流”、2003年发行的“长江三峡工程·发电”、2003年发行的“南水北调工程开工纪念”、2010年发行的“新中国治淮六十周年”等,发行时间与事件发生的时间都是同步进行的,时效性非常强,这类邮票也更具有纪念意义,蕴含的文化内涵更为丰富。

从不同时期水利邮票的选题看,时代特征明显。新中国成立初期,我国水旱灾害频发,国家水利建设以大江大河治理为主,相应这一时期的水利邮票多以江河治理为主。20世纪80至90年代,国家水利投入有所下降,水利建设进入一个低潮时期。这一时期水利邮票的题材转向以河湖自然风光为主,以桂林山水、长江三峡、杭州西湖、太湖为代表的著名山水风景点成为水利邮票的主流。20世纪末以来,国家水利建设除传统的江河治理外,城市水利、环境水利等问题得到水利部门的重视,这一点在水利邮票中也得到了充分体现,如“2007-15 重庆建设”、“2008-14 海峡西岸建设”等。

4. 工程类型突出

参照水利学科分类体系,初步将新中国发行的水利邮票简单归类,可以看出,各时期发行的水利邮票虽然受时代特征影响,所选择的主题不同,但以水利工程为主题的邮票始终是各时期的主流(表1)。

20世纪50年代发行的水利邮票中,著名水利工

程如淮河润河集分水闸、佛子岭水库、三门峡水利枢纽、十三陵水库等,60年代邮票中的著名水利工程如新安江水电站,70年代邮票中著名水利工程代表如红旗渠、刘家峡水电站、青铜峡水利枢纽等,80年代邮票中典型水利工程如葛洲坝水利枢纽、引滦入津工程、龙羊峡水电站等,90年代邮票中典型水利工程如都江堰水利工程、长江三峡工程、灵渠等,均在邮票上有所反映。进入21世纪后,随着国家对水利建设投入的增多,大江大河的治理力度加大,邮政管理部门也紧随形势,适时发行了相关套票。如二滩水电站、引大入秦工程、小浪底水利枢纽、南水北调工程等。此外,为纪念20世纪水利建设的伟大成就,这一时期还发行了以20世纪著名水利工程为主题的特种邮票,如“2002-12 黄河水利水电工程”,包括:李家峡水电站、刘家峡水电站、青铜峡水电站以及三门峡水电站;“2010-24 新中国治淮六十周年”,1套4枚,分别为:南湾水库、临淮岗洪水控制工程、淮河入海水道以及南四湖二级坝水利枢纽等。

表1 新中国水利邮票分类

分类	20世纪					21世纪	合计
	50年代	60年代	70年代	80年代	90年代		
水利工程	7	4	13	7	6	14	51
江河治理	4					4	8
江河风光			2	14	23	23	62
环境水利				2	4	15	21
城市水利					1	11	12
水利精神与文化				2	2	4	8
水利史		1		3	6	8	18

三、邮票视角下水利形象的再现

《现代汉语词典》“形象”一词的解释:能引起人的思想或感情活动的具体状态或姿势。水利形象是一种行业形象,大致可简单理解为社会公众对水利行业客观形象的一种总体、抽象、概括性的主观认识和评价。借鉴区域形象理论^[10],尝试对水利邮票所反映的水利形象进行初步分析。

1. 实力形象

水利行业形象中,实力形象主要是反映水利建设的各个领域取得的成就,包括防洪抗旱、水文水资源、农田水利、水土保持、水力发电、环境水利、水利管理、水利科技与教育等。

邮票中的水利形象,首先是水利成功肩负起了江河安澜的重要使命,为新中国经济发展和社会进步筑起了坚固的屏障,如黄河治理、淮河治理、长江三峡工程的建设等。其次,以农田灌溉和城乡供水为主的民生用水也是水利建设的重要任务。如十三陵水库、引滦入津工程、引大入秦工程以及南水北调

工程等。据统计,截至2008年底,全国农田有效灌溉面积从0.16亿hm²扩大到0.58亿hm²,占世界总数的1/5,居世界首位。而早在2004年底,基本结束了我国农村严重缺乏饮用水的历史。

此外,水电是清洁可再生能源,是实现能源可持续发展的基础。新中国成立后,即重视水能资源的开发利用。1965年建成的新安江水电站,是新中国自己勘测、设计、施工和制造设备的第一座大型水电站;20世纪50至70年代,黄河上游干流先后建成了5个超过百万的大型水电站。这些标志性工程在邮票中也得到充分体现。同时期发行的以反映经济社会发展取得的成就为主题的套票,大多包含有以水电站为题材的单枚邮票,如“中华人民共和国成立十周年”、“胜利完成第四个五年计划”等。

2. 发展形象

发展形象主要反映水利行业自身内部各领域发展的质量、水平和潜力。新中国水利邮票反映的水利发展形象,总体来看受两方面因素的制约:一是国家经济社会发展的宏观政策,二是中央治水思路和方针政策。前者如20世纪80年代,国家对水利投入下降,这一时期水利邮票的选题转向以反映河湖自然风光为主,与其他时期以重大水利事件或重要水利工程为主的题材呈现出完全不同的两种风格。后者如1998年大水之后,随着国家治水方略的转变,水利邮票中反映人与自然和谐内容的邮票数量增多,城市水利、自然保护区等都成为水利邮票的选题。

进入21世纪以来,随着国家对水利建设的重视,水利发展进入了一个新的黄金时期。可以预测,以反映水利行业各个领域突出成就的内容将是今后水利邮票的主要内容。

3. 群体形象

群体形象主要反映水利工作者的基本素质、凝聚力、对外交往能力和组织管理水平。新中国水利邮票中的群体形象,以红旗渠精神和抗洪精神为代表,突出表现为艰苦创业、无私奉献、顽强拼搏、众志成城。

红旗渠精神源于红旗渠灌区的建设。红旗渠位于河南林州,沿线山峦起伏,沟壑纵横,地形陡峭,地质构造复杂,工程十分艰巨。从1960年开始,河南林州人民在十分艰苦的条件下,自力更生、艰苦奋斗,苦干10个春秋建成^[11],被称为“新中国创造的两大奇迹之一”^[12]。红旗渠的建成,不仅结束了河南林州十年九旱、水贵如油的苦难历史,还孕育了“自力更生,艰苦创业,团结协作,无私奉献”的红旗渠精神。

抗洪精神源于1991年和1998年的两次严重洪涝灾害。特别是1998年,我国长江、松花江、嫩江等

流域发生了特大洪水,在党中央的领导下,全国人民发扬万众一心、众志成城、不怕困难、顽强拼搏的精神,与洪水展开了波澜壮阔的斗争,取得了抗洪胜利。同年9月,国家邮政局发行了一套《抗洪赈灾》附捐邮票。画面风格简洁明快,既表现出抗洪斗争中波涛滚滚的惊险镜头,又寓意着全国人民众志成城的特写“众”字。

4. 外观形象

外观形象即水利行业对自然环境的优化和美化程度。新中国水利邮票中,水利外观形象最直接的反映当数以水利风景区为题材的邮票。此外,以自然保护区以及城市与水关系为题材的邮票也是水利外观形象的内容。

河湖之美主要体现为水利风景区和自然保护区中优美的自然环境。水利风景区是以水域(水体)或水利工程为依托,具有一定规模和质量的风景资源与环境条件,可以开展观光、娱乐、休闲、度假或科学、文化、教育活动的区域。水利部从2001年开始水利风景区的评选工作,截至2011年,已批准11批共475个国家水利风景区。以水利风景区为题材的邮票如新疆天池、五大连池等。此外,水是自然资源,自然保护区自然也包含水体(水域)在内,以国家级自然保护区为题材的邮票如三江源、向海、喀纳斯、长白山等。

另外,我国城市大多依水而建、依水而兴,除了自然赋予的水源条件外,众多水利工作者的建设也是推动城市发展的主力军。正是在广大水利人的不懈努力和无私奉献下,在满足城市发展所需要的水资源之外,还创造了城市优美的环境风貌,积淀了丰富的城市水文化,也成为城市对外宣传的重要内容。如上海与黄浦江、重庆与长江和嘉陵江,厦门与闽江等。

四、水利形象的重塑

1. 重塑水利形象的思考

水利邮票所反映的水利形象,基本上是1949年以来水利形象的实际反映。但与客观、真实的水利形象相比,还存在一定差距。如堤防作为防洪抗旱减灾体系的重要组成部分,一次也没有出现;农村水电建设取得了显著成效,也没能得以体现等等。此外,1965—1971年连续7年没有发行过任何以水利为主题的邮票,出现了形象塑造的断层。以下结合形象塑造的原则和内容,对重塑邮票中的水利形象初步思考如下。

(1) 真实的水利形象是国家形象的重要组成部分

国家形象在国际政治、经济、科技、文化等多领

域的交流中,都具有重要意义。水利作为国民经济基础,水利形象的塑造就不仅仅是宣传水利建设和发展的窗口,而且还是宣传国家经济建设和社会发展的窗口。

(2) 加强邮政管理部门与水利主管部门的联系沟通是塑造良好的水利形象的前提

目前,我国邮票的策划、选题和发行由国家邮政管理部门负责,造成水利邮票与水行政主管部门相分离的情况,一定程度上影响到水利邮票的发行。如2011年中央一号文件以水利为主题发布,这是我国水利发展史上的重大事件,但一直到2012年邮票发行计划,仍未见到任何水利题材的邮票。

(3) 全面、真实反映水利发展与建设成就是塑造良好水利形象的基础

在水利邮票的收集,部分邮票的图案名称与画面内容并不完全一致,一些名称较为抽象、模糊,如1952年发行的“淮河水闸”,对受众而言,就比较模糊。实际上,画面内容反映的是淮河干流上的润河集分水闸,位于安徽省霍邱县境内,控制淮河干流正阳关以上10条河流的水量。如果图案名称中能明确指出具体名称,其内涵意义就会丰富很多,形象塑造的效果也会好很多。

(4) 水利邮票主题的统筹规划是塑造良好的水利形象的关键

邮票中水利形象的塑造是以单套或单枚邮票为单位逐步累积起来的效果,是一个长期缓慢的过程。1949年以来,水利邮票180余枚,平均每年不足3枚。在这一过程中,受众一旦接受了某种水利形象,想要改变会比较困难。因此,一定时期内水利邮票的主题最好有一个较为长期的规划,然后围绕规划目标,逐步实施。如果缺少规划,难免会塑造出多种形象,造成受众无所适从,反而不清楚真实的水利形象了。如都江堰、灵渠和郑国渠为我国古代著名的三大水利工程,代表了我国古代水利工程建设的成就。以都江堰和灵渠为主题的邮票先后在1991年和1998年发行,但以郑国渠为主题的邮票一直到现在也没有出现。这就造成人们在通过邮票了解古代水利知识时,产生错误认识,认为郑国渠不重要。

2. 重塑水利形象的若干建议

基于上述思考,结合对水利邮票所反映水利形象的分析,提出重塑水利形象的建议如下:

(1) 加强对水利形象重要性的认识

水利形象对国家形象的塑造以及水利事业能否顺利建设和发展,都有至关重要的影响。如水电是一种清洁型能源,世界各国都大力发展,发达国家的水电能源开发程度都在80%以上,目前我国水电开

发率仅为 29%,但在开发过程中却遭遇严重的国际和国内社会舆论压力,开发建设多次中断,很大程度上就是社会公众对水利形象的认识不足造成的。邮票作为一种公共的社会宣传平台,是塑造水利形象的重要窗口,建议水利部门给予积极重视。

(2) 做好水利邮票的策划和选题规划工作

建议水利主管部门积极参与水利邮票的策划和选题工作中,及时将水利建设中发生的重大水利事件和工程建设成就以及重大水利方针政策的调整等内容,及时反映给邮政主管部门。一方面,这可以保证邮票中水利形象的持续性,另一方面,通过更多平台更大范围宣传水利建设成就,在更大范围塑造良好的水利形象。

(3) 有针对性地开展水利科普宣传工作

水利的专业性、技术性都较强。行业外人员对水利专业知识不会了解很多,这就需要广大水利工作者及时将工作中的新成果、新知识向广大的社会公众进行普及教育。如新中国 60 年来,水利建设方针经历了从工程水利到资源水利,再到民生水利的认识上的转变。但这对水利之外的广大社会公众,并不清楚这些概念性的提法具体都是什么内容,这就要求水利工作者根据新的形势,及时普及水利知识。在必要的情况下,可以向邮政管理部门针对性地组织水利科普专片或专门的知识读物,使邮政工作者更多地了解水利,认识水利,从而更好地在邮票中反映和宣传水利。

(4) 加强水利特色文化建设

特色文化是各行各业对外宣传的重要内容。长期以来,水利部门重视工程建设和技术进步,对文化建设重视不足,造成水利行业内人文精神的内容不足,这在一定程度上影响了水利形象的塑造和宣传推广。此外,“献身、负责、求实”的水利行业精神,目前尚无见到具体内容的阐述。相比之下,红旗渠精神、抗洪精神等内容就较为具体,给受众的影响也较为深刻。因此,建议水利部门加强业内特色文化建设,使水利事业不仅仅是水利人的事业,也成为全社会热爱的事业。

五、结 语

水是生命之源,生产之要,生态之基。水利在我国经济社会发展中具有极其重要的地位和作用。新时期为推进水利工作更好更快地发展,做好水利形象的塑造和宣传工作是水利工作的重要内容之一。但从目前水利部门官方网站以及水利部门主办期刊等来看,有关这方面的专题文章很少。基于此,本文以新中国发行的水利邮票为对象,对邮票上展现的

水利形象进行了初步分析。总体上,邮票中的水利形象大致可概括为:水利是国民经济和社会发展的重要组成部分,水利建设的主要任务是防洪、灌溉与城乡供水以及大型水电站建设,现阶段水利发展形势良好,水利人具有无私奉献和团结协作、顽强拼搏的优良作风,水利发展与建设环境优美等。这一形象基本上符合 1949 年以来水利建设和发展的实际情况,但与客观、真实的水利形象相比,仍存在偏差。分析原因,很大程度上是国家邮政管理部门对水利工作认识不够造成的。鉴于此,建议水利部门在大力加强水利建设工作的同时,加强与邮政管理部门的沟通,从思想认识、选题规划、科普宣传以及特色文化建设等方面加强对邮票中水利形象的塑造工作,为新时期水利发展创造良好的外部环境。

水利形象是国家形象的重要组成部分,水利形象的塑造和宣传除水利部门有关的新闻宣传单位外,其他与水利有关的行业和领域也是重要的宣传窗口和平台。本文仅以邮票为例,对邮政部门塑造的水利形象进行了初步分析。如果能将更多与水利相关领域纳入分析视野中,相信对塑造全面的水利形象有很大帮助,社会上对水利的认识也会更为全面、客观。

参考文献:

- [1] 何大仁,赵文义,严亿北.基础集邮学教程[M].北京:人民邮电出版社,1992.
- [2] 朱大钧.世界水利邮品博览[M].北京:中国水利水电出版社,2002:序.
- [3] 李秀颖,王拥军.新中国发行的水利邮票一瞥[J].水利发展研究,2006(7):57-60.
- [4] 吴安民,李宗新.方寸之上的水文化神韵[J].华北水利水电学院学报:社会科学版,2003(3):92-94.
- [5] 陈雷.邮票中的中国水利建设[J].南水北调与水利科技,2005(S1):66-72.
- [6] 刘英标.中国邮票上的水文化[J].治淮,1998(4):50-52.
- [7] 中国集邮研究学会.中华人民共和国邮票目录(2011年版)[M].北京:人民邮电出版社,2011.
- [8] 张瑜.新中国邮票知识图鉴 2011[M].北京:燕山出版社,2011.
- [9] 李可可,谌洁.河姆渡遗址史前水文化探讨[J].中国水利,2007(5):52-55.
- [10] 侯卫婷.改革开放以来《人民日报》报道中的新疆形象[D].乌鲁木齐:新疆大学,2010.
- [11] 《中国水利百科全书》编辑委员会.中国水利百科全书:第 2 版[M].北京:中国水利水电出版社,2006:551.
- [12] 中共中央党史研究室.中国共产党历史:第 2 卷[M].北京:中共党史出版社,2011:696.