

SWHLWJ



水文论文集

杨秀伟 李宗新 主编

黄河水利出版社

编辑委员会

顾问	朱登铨	蔡连安	赵武京
编委会主任	傅希文		
编委会副主任	杨秀伟		
委员	傅希文	郑连第	杨秀伟
	李宗新	王治远	孙秀蕊
主编	杨秀伟	李宗新	

前 言

呈献于读者面前的，是全国首届水利艺术节水文化论文征文的一个结集。

水文化研究是进入 90 年代才逐渐开展起来的，至今只有短短几年时间，是一个正在开拓的研究领域。一批有志于此者，孜孜以求，悉心研究，奋力探索，辛勤耕耘。这本论文集可以说是春华秋实。论文选题比较广泛，立论多有新意，不乏独到的见解。作者各自以不同的角度，从不同的侧面、不同的层面，审视从古到今人与水、水与人的关系，考察人类社会适应、利用、改造、保护水环境活动的文化传统和文化氛围，追索水、水利、水事的文化现象、文化蕴涵。讨论的问题涉及中国的传统文化，治水与中华文明，中国古代的水利文明，中国现代的水利文明，水利在经济与社会发展中的基础地位，水利行业和水利企事业精神的特征及其形成、培育和弘扬，水利行业、企业文化的建设，水文化在水利行业社会主义物质文明与精神文明建设中的功能，水文化的内涵与外延，以及千姿百态的水与文学艺术、民俗、自然景观和人文景观的关系等许多方面。其中有的着重宏观的综合考察，有的着眼于微观的具体分析，有理论的探讨，有经验的升华，有对古代历史遗产的评论，有对当代现实问题的思考，提出了一些有学术价值和实践意义的见解。至于书中论文对水文化的概念、水文化涵盖的范围，以及某些问题看法有差异，这是学术研究中很自然的事情。期望本书的出版，有助于水文化研究探讨的进一步展开。

应当说明的是，中国治水的历史悠久，水文化源远流长，内

容丰富，相关面广，一次征文，一本集子，不可能包罗水文化研究的种种课题。在选编中也难免有疏漏，不当之处，希予见谅。

本书的出版得到淮河水利委员会、黄河水利委员会和河南省水利厅的热心帮助，特表谢意。

编者

1995年3月

目 录

前 言

论水文化	汝增瑞 (1)
水文化的内涵	冯广宏 (9)
用辩证观点振兴水利文化	方一新 (13)
水文化是中华文化的重要组成部分	郭永金 (18)
水与国家民族起源和兴衰的关系	张 驊 (27)
水是人类社会文明的基础	张顺科 (36)
水与河洛文明	贺维周 张秀英 (42)
楚文化主源三峡浅说	杨世灿 (50)
山西泉文化泛谈	李乾太 刘英路 (57)
都江堰——一种文化现象	肖 帆 阳本福 (63)
历代开放通商与珠江水利发展	林基雄 (73)
人民治黄行业文化初探	王明政 (82)
红旗渠的精神财富	李日旭 (94)
加强勘测行业的水文化建设	张长占 吕增信 (100)
浅议建设局文化	王金玉 刘东康 (106)
历史模型的理论与实践	
——以水利的历史研究为例	周魁一 (111)
水——儒家文化中的人格载体	王新律 (124)
廉吏与治水	李志学 (129)
从毛泽东重视水利的作用看水利与 社会政治经济的依存关系	朱汝兰 (138)
水与上海	吴树福 (147)

水与天津	新怀春 (151)
水与青岛	
——引黄济青工程的启示 ... 张孝绪 王吉果 刘北雪 黄运增	(157)
水与盘锦	刘慧杰 (163)
牧区水利建设与内蒙古牧区的繁荣	苏冠群 (169)
南澳岛水文化初探	信吉虹 (174)
黄河文化的一朵奇葩——黄河金石	左慧元 (183)
水为园林添美景	曹中柱 (194)
得江河神韵 领诗词风骚	
——漫谈毛泽东诗词蕴涵的水文化	汪绪武 (203)
我国的古典爱情诗词与水文化	吴宗越 (207)
浅谈王维笔下的水	崔铁牛 (218)
全国水文化论文征文综述	李宗新 (222)

论水文化

汝增瑞

企业文化是企业管理思想史上继泰罗的科学管理运动和梅奥的行为科学管理运动之后出现的，包括企业理想、价值观念、企业精神、企业形象等在内的又一次管理思想革命，在世界范围的企业管理中已表现出越来越强的生命力。探讨和研究水利行业文化，即水文化，对于加强水利基础产业地位，促进水利行业两个文明建设，具有重要的意义。

一、水文化及其形成

文化，从广义来说，是指人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和；从狭义来说，指社会的意识形态，以及与之相适应的制度和组织机构。从这个角度上讲，广义的水文化，是指从古至今，人们以水为客体，利用水、改造水、趋利避害所修筑的大大小小的水工程，以及与之相适应的意识形态；狭义的水文化，主要是指人们在改造山河，征服自然，兴修水利，抵御洪涝灾害过程中，由于水利行业独特的客体、迥异的劳作方式、不同的目标取向而形成的水利行业特有的思想观念、行为准则、价值取向、道德规范和精神风貌。本文所说的水文化主要指狭义的水文化。

水文化的内涵，可谓是一个多成分、多层次的有机复合体。从内部结构看，可分为三个层次：第一层是物质文化，也叫载体文化，主要包括生活资料、生活设施、水利行业环境，特别是水利

行业的科学教育、文学艺术、卫生体育、新闻出版、广播电视、图书馆、博物馆等设施设备。它是水文化发达程度的外在标志，因而也叫“外显文化”或“硬文化”。第二层是制度文化或规范文化，主要包括各种规章制度、职业道德规范、生产和生活结构模式、群体行为准则、交际交往和娱乐方式、时尚习惯等。第三层次是精神文化，也就是通常说的水利精神。它属于思想意识形态，主要包括水利职工的思想意识、价值观念、精神面貌、心理素质、审美观念等。第二、第三层次，也可以称之为水文化中的“内隐文化”或“软文化”。

社会文化产生以后，便渗透到社会的各个领域，渗透到构成社会的各种群体和每一个成员中，并在其中起重要作用。这种作用可能是直接的，或者间接的，可能是比较隐蔽的、潜移默化的。当这种影响渗透到水利行业中，被若干代水利职工吸收、消化、扬弃，逐步形成被大多数人所认同的观念、准则、精神，这便形成了水文化。水文化既不同于社会文化，也不同于其他的行业文化，它是水利行业的人们所特有的，正像马克思所指出的：“每一个行业，都各有各的道德。”（《马克思恩格斯选集》第4卷236页）

二、水文化的主要内容

我国是一个多民族的文明古国，水文化源远流长，内容博大精深。水文化的主要内容可概括为三个方面：

（1）价值观念。主要是尊重科学、人定胜天的思维观；机不可失、惜时如金的时效观；乐于奉献、不求索取的价值观；以苦为乐、以苦为荣的苦乐观；先人后己、不计名利的功利观；诚实谦逊、疾恶如仇的道德观；不畏艰险、不怕牺牲的生死观等。

（2）水利精神。主要是敬业奉献、甘于寂寞的献身精神；滴水穿石、不畏艰险的顽强拼搏精神；科学求实、开拓进取的锐意创新精神；合作共事、协同作战的团结治水精神；自力更生、艰

苦奋斗的英雄主义精神等。

(3) 英模形象。水利行业的英模形象首推古代传说的大禹。大禹继父治水，十三载三过家门而不入，被传为千古佳话。李冰以民为本，修建都江堰，为“天府之国”创下了千古奇功。近代的治水大师李仪祉先生为水利奔走呼号，鞠躬尽瘁，“关中八惠”记载着他一生的业绩。中华民族发展的历史，可以说是一部兴利除害的奋斗史。水利行业涌现的千千万万治水英雄，是水文化的形象代表，他们可歌可泣的动人业绩，激励着一代又一代治水人，不断影响和推动着水文化的发展。

同时，水利行业形成了丰富的文化遗产。如《水经注》、《河渠书》等被誉为经典著作，还有诸如“深淘滩，低作堰”（都江堰）、“源流并治”等许多精赅之至的治水之方。河工学、灌溉学、水文科学等领域都出现了一批宝典。所有这些，不仅是水文化的瑰宝，也是民族文化的瑰宝。

三、水文化的功能及特征

“‘文化’与‘人’在唯物史观范畴体系中本来就是血肉相连、相互制约的”。（王东等《社会主义建设中的哲学问题探索》，北京大学出版社1986年版，301页）水文化在水利行业发展的长河中，时时发挥着导向、激励、规范约束、凝聚融合、信誉辐射等功能。

(1) 导向功能。水文化由于体现了与水利职工利益相一致的行业目标，使人们看到只有按其形成的行业准则、价值观念、道德规范去做，才能达到个人的目标，也才能为他人所接受。行为科学认为：从众行为能为他人接受，为群体接纳，这实际上是一种导向作用。所以，水文化无疑对全体职工形成了一种导向。

(2) 约束规范功能。水文化是水利职工共同的信念、共同的追求和共同利益之所在，所以行业职工必然能够形成一种共同的意志，自觉地用它来规范、约束自己的言行。这种约束规范，不

带强制性，就象一张无形的网，虽看不到它的存在，但无时无刻地不受它的规范，实际上就是潜移默化，是人们“近朱者赤”的结果。

(3) 凝聚功能。水文化是水利行业职工相濡以沫渐渐形成的。就象一个大家庭中，人们互相关心，互相帮助，互相吸引，心情畅快，有一种自豪感和归属感，这就是水文化产生的凝聚力和向心力。

(4) 融合功能。水利行业同其他行业不同，它往往队伍庞大，人员来自不同层次。在旧中国既有代表政府的达官贵人，又有许多能工巧匠，还有更多的当地农民或外地流民，而水文化却能在各个层次上满足不同人的需要，缩小各种差别，融合于治水之中。掀开我国的治水历史，名垂千古的治水人物，他们主观上抱着“忠君”思想，兴水之利，除水之害，主要为社稷计，但客观上解民于倒悬，顺应了群众的要求，为群众所爱戴。他们也能与能工巧匠、平民百姓结合在一起，并身先士卒。

(5) 激励功能。文化者，以文教化也。治水英雄楷模的千古业绩、高风亮节，水文化中的价值观、功利观、苦乐观、生死观和奉献、创新、奋斗、团结精神，都对后人形成了很大的影响，激励着一代又一代治水人。

(6) 信誉辐射功能。水利行业是社会的一个子系统，水文化是社会文化的一个组成部分，无疑会对社会、社会文化产生影响。许许多多的治水英烈不仅为水行业千古流传，而且在全社会都产生了很大的影响。

水文化除具有社会文化的阶级性、实践性、特殊性、可塑性、时代性之外，在反映水利职工的精神风貌方面，更有其独特性。

(1) 求实性与原则性。水利行业战天斗地、改造自然，它的客体是“无情”的水。因此，必须遵循自然，从实际出发，按规律办事。在工程的勘测设计、施工运行过程中，一条线段、一张

图纸、一块基石、一根钢筋、一个程序，都要坚持原则、合乎标准、保证质量。否则，就会出事酿灾，劳民伤财，遭到大自然的报复。由于客体的特点，水利行业人们的求实性、原则性都很强。

(2) 群体性与协作性。兴修水利、抗险救灾通常具有宏大的规模、很长的战线和地区间的相互配合，勘测、设计、施工、管理都是环环相扣、协作进行的。这种“点多线长面广”和群体会战、协作共事的工作便形成了祥和、平等、互帮、互助的人际关系。

(3) 时效性与稳定性。水的枯与丰、气温的高与低、防洪工作中的刻不容缓，都为水事活动提出了明确的时限要求。因此，水利行业的人们对时间非常敏感。水利行业受社会思潮的起伏影响较小，因此，水利传统文化扬弃的频度和幅度都较小，具有较强的稳定性。

(4) 奉献性和吃苦性。从古到今，水利皆为造福人类的社会公益事业。历史上许多水利工程更是采取以工代赈的形式修建的，所以水利职工贡献多、索取少。同时，水利工程多处于穷乡僻壤、深山大川，环境艰苦，条件简陋。水利职工风餐露宿，艰苦备尝。这种行业特点塑造了敬业奉献、甘于吃苦的苦乐观。“献了青春献终身，献了终身献子孙。”就是水利职工奉献精神的生动写照。

(5) 豁达性与粗旷性。旨在整治山河、造福人类的水利行业，在改造山河中，山或者连绵不断，或者巍峨挺拔；水或者汹涌澎湃，或者潺潺跳跃；地或者广袤万里，或者沟壑纵横，都使人心旷神怡，荡涤肺腑。因而，水利行业的人们多豪爽豁达，不拘小节，少陈腐酸涩，勾心斗角。

四、建设新型水文化的意义

传统水文化是璞玉浑金，我们只有剔除传统水文化中的消极因素，建设适应中国特色的社会主义新型水文化，才能充分发挥

它的文化效用，为加快建设水利基础产业服务。

(1) 建设新型水文化是促进两个文明建设的需要。水文化属于意识形态的范畴，具有能动的反作用。建设新型水文化，充分发挥它的功能效用，能够把广大水利职工的行为引导到加快建设水利基础产业上来，凝聚水利职工弘扬敬业奉献的顽强拼搏精神和科学求实的开拓进取精神，从而充分挖掘主体生产力的潜能，为加快建设水利基础产业而努力奋斗。

(2) 建设新型水文化是深化水利改革的需要。深化水利改革，建立以效益为中心的水利资产经营管理体系，完善合理的价格管理和收费体系，完善水利法制体系和优质高效的水利服务体系。而传统水文化的“吃皇粮”、“等靠要”、“怕竞争”等消极观念，与水利改革的要求，方枘圆凿，格格不入。所以，只有建设新型水文化，摒弃传统文化中消极的因素，才能彻底转换职工的观念，深化水利改革。

(3) 建设新型水文化是加强行业思想政治工作的需要。“文化建设的实质和归宿是造就全面发展的新人。”（王东等《社会主义建设中的哲学问题探索》，北京大学出版社1986年版，302页）水文化和水利行业的思想政治工作，其目标是一致的，在内容上，如培育行业精神、加强职业道德教育、弘扬民族传统文化等许多方面也是一致的。所以，建设新型的水文化，不仅同行业思想政治工作相互促进，相得益彰，殊途同归，而且开辟了思想政治工作的新领域，使思想政治工作更好地为水利建设服务。

(4) 建设新型水文化是繁荣社会主义文化的需要。水文化是社会文化的组成部分，加强新型水文化建设，可以丰富和繁荣社会主义文化。

五、建设新型水文化的途径

一种文化的形成，要经过一个漫长的过程，所以塑造新型的水

文化,也不要企望一蹴而就,一步到位。正象列宁所说的那样:“文化建设不能象政治任务和军事任务解决得那样迅速。”“在文化问题上,急躁冒进是最有害的。”(《列宁选集》第4卷第688、689页)因此,必须稳扎稳打。以下几个方面的工作需要着力进行。

(1) 倡导行业精神,促进水文化升华。传统的水文化,蕴藏的丰富内涵和优秀成分,是千百年来治水英烈治水精神的结晶,是新型水文化必须继承的。我们必须对传统水文化和行业精神全面进行总结概括,使其升华,发扬光大,变“自在文化”为“自为文化”。要根据时代的要求和行业两个文明建设的发展,适时提出追求的新目标,对新的条件下行业形成的思想风貌、价值观念、行为准则等文化因素作出新概括,促进水文化从不完善到完善,逐步丰富成熟。要制定水利职工职业道德规范,编印水利行业古今英雄楷模事迹,发扬水利行业的优良作风。

(2) 充分利用水利行业的文化设施。科学教育、文体卫生、图书、报纸、刊物等文化设施,可以促进新型水文化的丰富、完善、提高和升华。采取群众喜闻乐见的形式,歌颂英雄楷模,展现职工风采,反映建设成就,饱览大好河山,可起到潜移默化、“润物细无声”的教育、娱乐和审美作用。

(3) 切实加强和改进行业的思想政治工作。这是建设新型水文化的重要内容,也是塑造新型水文化的重要途径。要贯彻思想政治工作科学化、现代化的方针,认真学习研究心理学、行为学、管理学等新知识,贯彻尊重人、理解人、关心人的原则,引导职工用行业目标、行业精神、行业观念、行业准则自觉约束规范自己。坚持思想政治工作与水文化建设一体化,生产经营活动与思想政治工作一体化的原则,使思想政治工作群众化、社会化,制度管理与思想教育相结合,形成以制度规范为骨架、行业文化为血肉、思想教育为脉络的有机整体。

(4) 着力塑造水利行业形象。行业形象是行业文化的范畴。形

象取胜是当今时代的特征，许多有作为的企业家都毫不吝啬，着力于塑造企业形象。塑造水利行业形象，笔者以为应按 CIS（形象设计）的要求，在三大识别系统下功夫。一是理论识别系统。包括行业文化、精神、经营策略、口号、歌曲、道德规范等。水利行业“条块结合，以块为主”，多年来没有行业鲜明的理论识别系统。这种状况应当改变。二是活动识别系统。对内包括职工教育、生活福利、工作环境、内部管理、发展战略等；对外包括广告宣传、公共关系、友善活动、公益事业、文化性活动等。这就要求水利行业除搞好内部管理外，要广泛开展行业外的活动，包括宣传活动、文体活动、公关活动等，不能只在行业内部打转转。只有让社会了解水利职工的风采，了解水利建设的丰功伟绩，了解水利的基础性和制约性，才能使社会关心水利，支持水利，走“水利为社会，社会办水利”之路。三是视觉识别系统。包括行业标志、标准色、象征图案、事务用品、交通工具等。目前，铁路、邮政、电力、银行、医药等行业和许多高效益的企业，都有明显的视觉识别标志，而我们就连水利行业的标徽也五花八门，没有统一式样。给人总的印象是：行业清贫、工作艰苦、“吃皇粮”、“水大头”等。这同社会主义市场经济与水利基础产业建设的要求是不相适应的。

总之，我们必须吸收传统水文化的优秀成分，摒弃其消极因素，建立适合现代要求的新型水文化，促进水利行业的“两个文明”建设。

水文化的内涵

冯广宏

水文化作为社会文化的一部分，涵义不能过于广泛。水文化虽有“文化”的一般特征，但不能覆盖整个水利科学原理和工程技术、水利经济和水利法制。它应当侧重于精神文明方面。文化不应与科技、政治、法律、文学相混淆。

水文化的内涵包括：

（一）对自然水的认识而衍生出来的知识总结，表现为成语、格言、警句、箴诫、铭文等

（1）水无处不在。《玄中记》：“高下无不至，万物无不润。”《水经注》：“大非为巨，小非为细，存非为有，隐非为无。”

（2）水是生命介质。《管子》：“人，水也。男女精合而水流形。”《春秋元命苞》：“万物之所亩生，元气之腴液。”

（3）水是大地雕塑者。《春秋元命苞》：“水之为言，演也。”“浮天载地者，水也。”

（4）水是气候调节器。《物理论》：“吐元气，发日月，经星辰，皆由水而生。”

（5）水是科学摇篮。《论语》：“智者乐水。”《尚书大传》：“非水无以准万里之平。”

（6）水是温和的药剂。《诗经》：“泌之洋洋，可以疗饥。”

（7）水是社会经济命脉。《韩诗外传》：“天地以成，群物以生，国家以宁，万事所平。”

（8）水没有固定的形态。军事家学习它的灵活性。《孙子兵

法》：“水之行，避高而就下；兵之形，避实而击虚”。“兵无常势，水无常形。能因敌变化而取胜者谓之神。”教育家由此产生责任感。《傅子》：“人之性如水。置之圆则圆，置之方则方，澄之则淳而清，动之则流而浊。”哲学家发展了自己的观点。《淮南子》：“天下之物，莫柔弱于水。”“万物不得生，百事不得成。”《老子》：“上善若水。水善利万物而不争。”

(二) 对自然水开发利用中衍生出的社会行为，表现为礼仪风俗、生活习惯、宗教仪式等

(1) 水旱不调时的祈求。古代有祈雨、舞龙的习俗。

(2) 治水过程中的祀水。都江堰开水典礼有祭江神、祭李冰的仪式；敬洪水时要关县城北门。

(3) 水标志的神秘化。古代相信龙、龟、牛、狮等形象有镇水作用。都江堰鱼嘴曾制有铁龟、铁牛，江边曾立过石犀、石狮。

(4) 洗沐方面的神圣化。《论语》记孔子春季在沂水沐浴、舞云。宗教界有斋戒沐浴、洗礼、灌顶等仪式；佛教和道教都有“水懺”；古代正月有“灌裳”、“灌裙”的习俗，说可以除秽气。

(5) 结合水环境产生的节日。五月端阳龙舟竞渡，至今犹存；古代三月三，文人要在曲水上聚会流杯；农历四月浴佛日，把捕到的水族动物放到河中，名为“放生”；农历七月祭祀，各地要“放水灯”；五代以来成都地区有在春夏“游江”、“水嬉”的习俗。

(6) 为保护水资源而产生的禁忌。有些河水、泉水被人视为神圣物，不能去洗澡或丢脏物；水井，普遍认为有井神，不可污染。

(7) 在利用水方面产生的卫生习惯。小孩生下来第三天，名为“洗三”，是重要的日子；立春存下的雨水，名“春水”，立秋存下的雨水，名“秋水”，传说有药用价值。

(8) 对水质的特殊信仰。如成都锦江，古人以为用此江水来漂锦可使颜色鲜明。蒙顶茶，要配扬子江中水。

(三) 借水为喻的种种哲理

(1) 五行之首为水。《律历志》：“天以一生水”。

(2) 八卦出于水。《尚书中候》：伏羲时“龙马负图出于河，遂法之以画八卦。”

(3) 人际交往以水为鉴。《庄子》：“君子之交淡如水”。《礼记》：“水之于人，亲而不尊。”“水近于人，而易以潮人。”

(4) 水的胸襟最开阔。《文子》：“水之道，大不可极，深不可测。”

(5) 水的性格最恬淡。《礼记》：“水元当于五色，五色不得彰。”《管子》：“淡也者，五味之中也。”

(6) 水的意志最坚韧。《淮南子》：“击之无创，射之无伤，斩之不断，焚之可燃。”《易纬乾凿度》：“内刚外柔，性下不上。”《顾子》：“柔而难犯，弱而难胜。”

(7) 水的态度最谦逊。《老子》：“处众人之所恶，故几于道。”《管子》：“人皆赴高，己独趋下。”

(8) 水的作风最公平。《释名》：“水者，准也，准平物也。”《荀子》：“主量必平，似法。”《淮南子》：“授万物而无所前后，无所私而无所公。”

(9) 水的勇气最惊人。《韩诗外传》：“蹈深不疑，似有勇者。”《荀子》：“赴百仞之谷而不惧。”

(10) 水的方向最坚定。孔子说：“逝者如斯夫，不舍昼夜。”《荀子》：“发源必东”，“浩浩乎不屈”。

(11) 水的辩证法。《史记》：“甚哉，水之为利害也！”《荀子》：“水则载舟，水则覆舟。”

(四) 水所造成的历史轨迹

(1) 各民族的洪水传说。

(2) 与洪水搏斗的神话。如李冰斗江神，赵星入水斩蛟，二郎擒孽龙，巨灵劈华山，鳖灵劈金堂峡等。