

DIS : 地区形象论

南方现代市场经济研究院

地区形象研究所

罗治英 著

中央编译出版社

第七章

地区形象理论的进一步探索

§ 7—1. 研究角度的选择

在第六章,阐述了基本层次地区形象理论——地区形象的基本理论。这个基本理论的构建,是围绕“如何塑造地区良好新形象”的主题来进行的。

我们多次指出,就地区形象设计与建设的目标、任务、内容与方法而言,可以从不同角度与层次去理解,因此也就有不同研究范围的界定与选择。

在介绍了地区形象的基本理论之后,现在的问题是:在地区形象设计与建设这个新生事物中,我们有无可能走得更远一些,思路更加开拓一些,方法更具特色一些,层次更深广一些?

要做到这一点,办法只有一条,这就是要在地区形象理论本身的探索与研究中,提倡和采取专家的群体行动!亦即,我们现在需要的,不仅要有更多的人参与到各地兴起的地区形象设计与建设的热潮中去,而且要有更多的、有各自专业修养的专家致力于开拓一个新的学科领域——建立有中国特色的地区形象理论!实事求是地说,在中国的不少地方,地区形象热已经初步形成,但是,作为

这一行动的理论武器,有关地区形象理论的研究却似乎并未形成气候,而且颇有以导入 CIS 为满足的现象存在。这种情况难免令人忧虑。一个有生命力的新事物的诞生,如果不注意理论方面的基本建设工作,极有可能在发展到一定阶段的时候出现不必要的麻烦!

基于上述考虑,本章所要探索的地区形象理论,准备作出这样的选择,即力求走得更远一些,思路更加开拓一些,方法更具特色一些,层次更深一些。我们多年以来的研究与实践,直至本书所阐述的主要内容,相当多方面都是为着作出这样的选择而努力。

作出如此选择的根据与可能性,在于:

第一,地区形象是地区的一种尚待大力开发与利用的无形财富、无形资产、无形资本,这一点,人们似乎业已取得共识,不存在多少争议。但是,如何理解地区的这样一笔无形财富,看来还有许多问题值得讨论。其中最值得认真研究的问题是:究竟什么是地区的无形财富?通过地区形象建设对地区的无形财富进行开发与利用,重点是什么?对于这些问题,本书坚持的观点是,地区无形财富虽然涉及面甚广,但地区人们的社会性潜能,无疑是地区最大的、取之不尽的一笔无形财富,因而人们社会性潜能的可持续有效地释放,显然应该成为我们一切工作,包括地区形象建设这样一个新的课题的重点之一。

第二,地区形象建设具有迄今鲜为人知的相当高强的功能。这种高强功能之所以能够产生,是由于地区形象意识具有同样迄今鲜为人知的、极强的载体功能。正是这种载体功能,反映、概括了人们普遍存在的人性层次的内在需求。因而,通过地区形象建设,就远不止能够达到提高地区知名度和美誉度的目的,而且更主要地,可以达到更好的、有效的释放人们社会性潜能的目的。亦即,地区形象建设可以肩负的任务,远不止塑造地区良好形象这个

方面。就一定意义讲,它不过是我们追求的更好的、可持续有效释放人们社会性潜能的努力过程中,必然会得出来的一个结果。

第三,由于在地区形象理论的探索中突出了一个“人”字,始终强调人为本的思想是本书的根本指导思想,我们实际上同时也在寻找着、并且找到了一个应用范围最广的共同语言——形象和形象意识。研究表明,在人际交往中,不管人们有无意识到,形象与形象意识最有条件成为并且确实也是人们进行交流的一种最广泛的共同语言。这一点实际上非常重要。用最广泛的共同语言去交流,也就比较容易在更多的问题上取得共识,在更大的范围内发挥这种共同语言的应有作用。

第四,地区形象建设的高强功能,还表现在形象意识、形象概念的功能之多方位性与跨领域性上。例如,它既同物质文明和物质文明建设密切联系,也同精神文明和精神文明建设联系密切;既可从文化层次去认识,又可从现实生活中去理解。它是如此之“无孔不入”,以至对它的丰富内涵的诠释,往往会给人们带来一些新的启迪,又往往可以协助完成许多令人棘手的问题。

第五,研究与实践都表明,地区形象设计与建设不仅可以完成诸如塑造新形象之类的“本职工作”,还可以在相当大的程度上在地区发展中成功地扮演“无任所大使”和“特命全权大使”之类的角色。这方面的增值功能,首先要“赋予”。质言之,对地区形象设计与建设的地位与作用,看来需要人们在充分理解其真谛的前提下予以“重新定位”。本书试图发出的一个重要信息,就是“切莫低估了地区形象建设的潜在功能”!例如,地区形象战略的意义,是它以地区发展战略与地区规划为基础,具有相对独立性,反过来又可以对地区发展战略施加重大影响,是有关地区发展的具有前导性的辅助战略;从两个文明建设的角度观之,它既是精神文明建设的一种新思路、新方法,又是两个文明建设良好结合的有效载体;从

文化层次认识,它既是跨世纪新文化的重要组成部分,又是具有文化整合功能的一个重要手段。

综上所述,我们把研究角度放在深层次地论证、阐述开展地区形象设计与建设的意义、功能上面,就显得十分必要,而这正是本章的任务。

§ 7—2. 更深层次地区形象理论的主要思路

对于更深层次的地区形象理论的构建,将从大时空的视野、跨世纪的思考去寻找自己的着眼点和立足点。在这世纪之交,通过理性思考,回顾与反思过去、展望与设计未来,我们发现,“社会的可持续发展”与“人们社会性潜能的可持续有效释放”是当代社会发展的两大主题。这两大主题是跨越地域的不同、发展的差异的,具有普遍甚至永恒的意义。显然,地区形象理论应该抓住这两大主题,以之为主线,去进行这块理论园地的探索性耕耘。在这样做的时候,我们始终没有忽略“塑造地区的良好新形象”这个目标和任务,并且试图在这种探索性的耕耘中,不是一般地完成“塑造地区的良好新形象”的任务,而是达到“更好地塑造地区的良好新形象”的目标,使得地区形象建设显示出较多的增值功能。基于这个考虑,在探讨本章的问题时,我们的思路与上一章有所不同。概括言之,主要思路是:

——在地区形象建设中,地区形象意识的萌生与强化将会显示出巨大的载体功能。这种功能表现为:有助于唤起人们主体意识的新觉醒——公众的群体强者意识与群体强者心态的萌生与强化,以及对人性美与人类良知和文明行为的主动追求。

——通过地区形象建设,这种载体功能能够同内部公众普遍存在的人性方面的内在需求(正常人人皆有之的“堂堂正正做人,

认认真真工作，体体面面活着，自自觉觉尽责”的人性内在需求)直接挂起钩来。这种“挂钩”使得地区形象问题的提出，将为公众所乐于接受，进而乐于参与。这样，地区形象建设将成为具有生命力的新事物。

——这样，通过地区形象设计与建设，以内部公众主体意识的新觉醒为主观条件，以共同努力营造良好的地区人际环境与氛围为客观条件，就为人们的社會性潜能的可持续有效释放创造出较为融洽的主客观环境氛围。从而，地区最大的无形财富——人们的社会性潜能，因得以较好的发挥而转变为推动地区可持续发展的有形力量。

——显然，在这个过程中，地区形象建设、物质文明建设、人们的现代化与文明化建设诸因素之间，将形成相辅相成、相得益彰的良性互动关系。这种良性互动关系的结果之一——更好地塑造地区的良好新形象的目标，也就自然地比较容易实现。

以上述思路去认识并开展地区形象设计与建设，我们看到，其特点是：

首先，从方法与策略角度看，上述思路多少受到宋代诗人陆游，在对其子论及做诗的道理时说的“汝果欲学诗，功夫在诗外”这句话的启发。的确，这种思路不是就形象论形象，而立足并着眼于塑造良好形象的主体——地区的人们的觉醒与奋起。人为本，这是这种思路的本质特征。

其次，从功能角度观之，按照上述思路进行地区形象设计与建设，功能的增值效果相当明显。不仅可以更好地塑造地区的良好新形象，而且在塑造良好新形象的过程中，可以较好地塑造人本身——人的现代化和文明化，人们的社会性潜能的较好发挥，还可以作为精神文明建设的一种新思路、新方法，并且相信，通过这种方式的精神文明建设，可以有效地推动物质文明建设，达到两个文明一

起抓的目的。

再其次,上述思路具有显著的时代感和现代感,又有经得起实践检验的科学性和可操作性。

§ 7—3. 地区形象理论探索之一

——促使人们社会性潜能的可持续有效释放,是地区形象设计与建设的主要增值功能之一

§ 7—3—1. 问题的重要性

重视人的能动作用,这是马克思主义的一个基本命题。从哲学角度看,重视人的能动作用,就是强调人的主观能动性在改造客观世界,以及在改造客观世界过程中的同时,改造主观世界的重大意义与巨大作用。对于这样一个重要的哲学命题,如何在地区形象设计与建设中得到充分的反映并且具体体现出来,无疑应该给予足够的重视。在本书中,我们的提法是人们的社会性潜能及其可持续有效释放的问题。

现在,全国上下都在逐步加大精神文明建设的力度,这是令人感到十分振奋之事。关于精神文明建设的重点应该如何确定,见诸报刊的议论就相当之多。有些著名学者指出,精神文明建设的重点在道德建设;有些则认为爱国主义教育,或者基础文明教育等等,是当前精神文明建设的重要课题……作为一孔之见,本书以为,似宜从更广阔的范围去理解我们的任务。

社会的可持续发展,人们社会性潜能的可持续有效释放,无疑是我们时代的两个重大主题,当然也是地区形象设计与建设的两大主题。即使从地区形象好不好这样一个相对具体的角度出发,离开这两大主题,从根本上说,也很难比较完满地解决。

前已述及,我们的基本观点之一,是认为人具有巨大的社会性

潜能。现在似乎可以进一步提出这样的观点，即：在生产力的诸要素中，人的社会性潜能是一个非常重要的生产力潜在要素，因而在一定意义上，人的社会性潜能也是（潜）生产力，而人的社会性潜能的可持续有效释放本身就是生产力！进一步展开来说，人的社会性潜能的作用不仅是反映在经济建设中，同时还表现于社会的全面发展中，因而，人的社会性潜能的可持续有效释放，是地区发展的持久动力源泉。

其实，在地区的发展中，对于这个共同面临的重大问题，从地方党政领导到各基层单位，无时无刻不在关注，想方设法予以解决，尽管在有些情况下并未明确道及。管理，无论是政府的宏观管理还是企业事业单位的管理，就管理的职能来说，无不涉及人们社会性潜能的更好、有效释放；教育，无论是学校的教育还是社会的教育，从教育的目标观之，一是提高人们的潜能，二是致力于为这种潜能的更好、有效释放奠定思想基础；在许多工作中强调思想教育的重要性，其主要目的之一，也是关注人的社会性潜能的更好、有效释放。

至于改革开放，则实际上是在创造一个人们社会性潜能可持续有效释放的大舞台、大环境。认真学习小平同志“改革也是解放生产力”的论述，我们深刻领会到，改革之所以能够起到解放生产力的目的，归根结底，在于通过改革，能够有效地调整生产关系、消除体制方面的某些弊端以及更新人们的观念，这样，较之过去，就可以为人们的社会性潜能的持续、有效释放奠定一个更好一些的大环境、大舞台、大气候。

综上所述可知，关于人们社会性潜能及其可持续有效释放，是地区发展中的一个极为重要的、带根本性的问题，也是区分地区发展战略及其实际执行是否见物又见人的主要标志。

§ 7—3—2. 一种有特色的方法

我们的基本观点之二是,在改革开放的大环境、大舞台、大气候中,在为地区人们社会性潜能的可持续有效释放提供一种较为有利的条件,其中包括营造一个较为有利的地区环境与氛围方面,地区形象建设具有较强的促进功能。相比之下,在促进可持续有效释放人们社会性潜能的方法上,地区形象建设有其独特的优点与优势。

首先,地区形象建设所采用的方法,强调反映人们普遍地存在的较高层次的人性内在需求(堂堂正正做人、认认真真工作、体体面面生活、自自觉觉尽责),并且能够实际做到。这一点很重要。现代化制造业中传送带前的员工,必须按照传送带的节奏紧张地工作,其社会性潜能也许有相当程度的释放。但是,这种释放因企业管理的水平而异。管理指导思想如若符合现代化科学管理的原则,如 Z 理论之类,员工们有可能在被受到尊重与关心的情况下工作,这时他们是以一种比较愉快的心绪自觉自愿地释放其社会性潜能,这种潜能的释放方式是比较好的;如果管理指导思想还停留在 X 理论甚至关、卡、压的水平上,则工作者的积极性很难自觉自愿地发挥出来,而将更多地考虑糊口的需要,即人的需要层次中生存层次的需要。

其次,地区形象建设所着重培育的,是一种群体的强者精神和强者心态;所致力营造的,是一种相互尊重、相互理解、相互信任和相互帮助的环境与氛围。突出“群体”即集体主义的精神,并且把这种“突出”置于努力唤起人们认识人作为社会的人的存在意义之基础上。这样,所谓“团队精神”的感染力量,就使得人的社会性潜能的释放有了更多的“力量基础”。

再其次,有必要指出,地区形象建设所采用的方法,尽管注意

从人们带普遍性的人性内在需求出发,但是决不是不讲更高层次的东西,而是力求把普遍存在的人性内在需求,同较高层次的(同样可归类于人的需要层次),诸如理想、责任感等等结合起来,衔接起来。话说到这里,需要明确地强调的是,就人们社会性潜能的最有效发挥而言,基于崇高理想的献身精神无疑是最强有力的心理动力,也是最值得赞扬的英雄行为。这显然如同过去一样,需要提倡,需要支持。我们在地区形象理论中,之所以提出要注意从带普遍性的人性内在需求出发,原因无他,只是考虑到一种方法的提出,必须顾及觉悟与需求之间恰当的平衡,必须顾及多数人在日益多元化的社会中的多元化倾向,以便在此基础上对公众容易认可的一种合理倾向进行选择。

§ 7—3—3. 一种可行性很强的方法

前已多次指出,公众“乐于接受”,是我们研究人们社会性潜能可持续有效释放问题时,始终遵守的一个基本原则。“乐于接受”的正确理解中,决不可有任何虚加上去的成份,决不可用给公众“说好话,戴高帽子”等等“为公众作主”的非科学方法去达成。

公众“乐于接受”的原则,建立在地区形象意识的高强载体功能上。地区形象意识在公众中的萌生与强化(这当然要做大量教育宣传工作),比较容易地产生一种积极的结果,这就是在激发人们塑造地区良好形象之愿望的同时,唤起他们主体意识的新觉醒。这种新觉醒又主要体现为两个方面:促使人们群体强者意识、群体强者心态的形成与强化,以及激发人们对人性美与人类良知和文明行为的主动追求。人们群体强者意识与强者心态的萌生与强化,是人的社会性潜能可持续有效释放的重要的必要条件。人们对人性美与人类良知和文明行为的主动追求,非常有利于相互尊重、相互理解、相互信任和相互帮助的环境之营造以及和谐氛围之

形成,而这种环境与氛围,则恰恰成了人的社会性潜能可持续有效释放的又一个重要的必要条件。于是,两个重要的必要条件的结合,就构成了地区人们社会性潜能可持续有效释放的“良好舞台”。在这整个过程中,我们看到,始终保持着“乐于”的因素。不仅如此,事态的发展,必然会由开始的“乐于接受”,到随后的“乐于参与”、“乐与实现”。其结果,是人们的社会性潜能可以比较好地得到有效的释放,而与此同时,地区的经济建设与社会发展的各项事业,也因此得以出现崭新的面貌。

现在要问:地区形象设计与建设,果真能够成为一种可行的方法,为地区人们社会性潜能的可持续有效释放,起到促进作用吗?如今,地区发展中碰到的问题千头万绪,多如牛毛,经济建设的任务就令人无暇旁顾,在这种情况下,地区形象建设果真能够扮演一个强有力的角色吗?

应该承认,人们,特别是地区的决策者们产生这样的疑问,是完全可以理解的。

为了证明本方法确实具有很强的可行性,我们将阐明下述观点:

第一,请注意这是一种新观念、新思路、新方法,不同于人们已经熟知的一些现行观念、现行思路、现行方法。就地区形象建设来说,目前只有初步的实践经验,因此,用实践来检验这种方法的可行性与有效性,还需要时间。但是,仅从有些地方的初步实践经验来看,情况就相当令人鼓舞。先以山东长岛县为例。那个地方从1992年开展“我为长岛添光彩,我为长岛做奉献,我为长岛树形象”的群众性活动以来,比起其他地方,公众的形象意识要浓厚得多,群体强者意识与强者心态要强烈得多(民间流传“难不倒的长岛人,挡不住的长岛路”的豪言壮语即是一例)。长岛县这些年来经济与社会的长足进步,有目共睹,有口皆碑。人们虽不能把这种

巨大进步完全归功于长岛人地区形象意识的萌生与强化,但是,群众性的树立良好形象的活动,对长岛的发展起到了较大的作用,则是毋庸置疑的。又以广东兴宁市为例。兴宁于1993年5月提出塑造兴宁新形象的任务,1996年5月完成了《广东省兴宁市形象建设》课题的设计。形象建设工程的逐步施行,在那里也起了比较明显的作用。笔者日前第四次作兴宁行,观察与采访之所得,是感觉到兴宁人对自己家乡正式开展地区形象建设,有一种相当明显的自豪感与自信心。这种内聚力无疑将对兴宁的发展发挥重要作用。我们再以广东英德市的情况来说。英德自今年2月开始抓形象设计与建设以来,工作做得相当扎实,有相当一批干部参与了形象设计工作。他们以极大的热情,对于从地区发展战略到如何塑造英德新形象等一系列问题潜心研究,精心设计,给人一种充满活力与朝气的深刻印象。

第二,在我们的社会主义国家里,“领导我们事业的核心力量是中国共产党,指导我们思想的理论基础是马克思列宁主义”。我们共和国的国家性质,决定了人民的政治地位是“人民当家作主”。“主人翁的态度”要求首先要有产生这种态度的前提,即“主人翁的感觉”。当人们从实际社会生活的感受中有了“主人翁的感觉”,就会逐渐形成“主人翁的态度”,产生很大的政治热情,进而要想方设法把自己的积极性发挥出来,融汇到社会主义的事业中去。这种以政治热情为特征的人们社会性潜能的自觉释放的情景,在建国初期显示得尤为突出。当然还应该看到,由于众所周知的种种原因,人们的社会性潜能的释放虽然具有较大的自觉性,却未能相应地都产生很好的效果。毕竟,我们国家走过了一些弯路。现在,时代的特征已经有了许多的不同,过去年代那种情景很难要求在今天的社会现实生活中再处处涌现出来。然而,有一点倒是值得记取,这就是主人翁的感觉将会形成主人翁的态度,而主人翁的态度

将会大大有利于人的社会性潜能的释放。正是基于这个认识,通过地区形象建设促使地区形象意识在公众中萌生与强化,唤起人们主体意识的新觉醒,就具有十分重大的意义。再者,在本书中,我们的思路不完全等同于过去。这里的做法之所以具有较强的可行性和现实性,是着重从反映人们普遍存在的人性内在需求这一角度出发,旨在唤起人们对待地区的发展要有一种主人翁式的群体强者意识与心态,把“堂堂正正做人,认认真真工作,体体面面生活,自自觉觉尽责”的内在需求,同地区的富强与发达密切结合起来。在阐述这个思路的时候,虽然没有使用“政治热情”之类的字眼,但是可以看到,我们在这里主张的实际上也是一种热情,是由一种合理、健康的人性内在需求而激发起来的、有利于地区发展的热情。前已述及,这种合理、健康的人性内在需求,在一定意义上也是一种主人翁态度的反映,不过这种主人翁态度的性质,更多地表现为在关心和参与地区发展的基础上,明确地认识到尊严、体面、富足生活之取得,除了其他必备条件之外,主要靠人们自身群体强者意识与群体强者心态——人的主体意识新觉醒的重要组成部分——所激发起来的热情,以及社会性潜能的持久、有效发挥。

第三,必须明确,地区形象建设不是解决地区发展中诸多问题的“灵丹妙药”,而只是为地区发展提供一种新的、可行的思路与方法,并且将这种方法的目标归结为致力于解决地区人们社会性潜能的可持续有效释放以及塑造地区的良好形象。显然,这个目标的实现,必将大大有利于地区发展中诸多问题的较好解决。顺便指出,在地区形象建设的诸多功能中,对社会问题的整合功能是值得给予特别注意的。

第四,一种新思路、新方法的可行性能否顺利地转变为现实性,本身是需要有一定的转化条件的。毕竟,可行性不等同于现实性,更不等同于现实。对于本书所阐述的问题,这种转化条件并不

苛刻,甚至可以说相当宽松;同时,这种转化条件本身对地区发展也具有重大意义。转化条件主要有二:之一,干部的榜样,是至关重要的转化催化剂;之二,开展地区形象建设,切忌搞形式主义。

第五,一种地区发展的新思路、新方法的出现,如同许许多多新事物的出现一样,在其成长与逐渐成熟的阶段,往往难免遇到对其诸多苛求的情况。对于认识和判断地区形象建设是否具有有利于人们社会性潜能可持续有效释放的很大可行性,最好办法就是付诸实践!

本节结论:人们社会性潜能的可持续有效释放,是地区形象建设的重要功能之一;在重视这个功能的前提下去塑造地区的良好形象,事半功倍,而以见物不见人或见物少见人的眼光企图去塑造地区的良好形象,必事倍而功半;地区形象建设由于利用了地区形象意识极强的载体功能,完全有条件与现行的有效方法一道,为可持续地有效释放地区人们的社会性潜能,作出自己有特色的独特的贡献;地区形象建设的这种功能的大小,在很大程度上有赖于地区决策者在正确思想指导下的科学运作。

§ 7—4. 地区形象理论探索之二

——当好地区发展战略的好帮手,是地区形象设计与建设的主要增值功能之二

§ 7—4—1. 密不可分的关系

在一个地区开展形象建设,从战略角度看,就是采用地区发展的形象推进战略,简称地区形象战略。

在地区形象设计与建设中,要求从地区的实际出发,都不可避免地同地区的各项事业息息相关。既然如此,就战略的高度来分

析,需要明确地区形象战略与地区发展战略和地区规划之间是什么关系。

首先碰到的一个问题,是地区发展战略与规划中的地区定位与地区的形象定位之间的关系。按照惯例,在地区规划中,总要先作出地区的定位,包括时空定位、功能定位与目标定位。为了行文方便,这里称作地区规划定位。类似地,在地区形象设计中,也要先作出地区形象定位。都是定位,显然关系密切。但是,一个叫地区规划定位,一个称地区形象定位,显然,又一定有所区别。这些问题,考虑到第十章还要专门论述,这里暂且不作详细分析。

其次遇到的一个问题,是城市(城镇)建设规划以及城市(城镇)建设设计同地区形象设计之间的关系。从城市发展的历史看,对于那些自发形成的城市,主要是建筑物的建筑设计而很少甚至没有城市的总体规划与总体设计;至于那些非自发形成的城市,一般除了建筑设计外,还进行城市建设的规划(即通常所称的城市规划或城镇规划),再进一步的做法,则还进行城市(城镇)设计。现在,对于城市建设,最新的动向,是发展到进行城市、城镇形象设计的阶段。这些问题,考虑到第十一章还要论及,此处不赘。仅从上述两个问题,可知地区规划与地区形象战略的关系,到了密不可分的地步。

§ 7—4—2. 密不可分的关系之四个主要体现

现在,专就地区发展战略与地区形象战略的关系作一分析。通过这种分析,进一步表明地区形象战略在地区发展中的地位、性质和作用。

第一,地区形象战略是以地区发展战略为基础的一种辅助战略。把地区形象战略的地位放在地区发展战略的辅助地位,这是对地区形象战略的作用、功能、意义的一个基本定位。众所周知,

地区发展战略是统管地区时空两大领域的总战略,因此,其他任何战略,包括地区形象战略在内,都是、也只能是一种辅助战略。明乎此,有利于摆正地区形象战略的位置,进而正确发挥地区形象战略的作用。

第二,地区形象战略是具有独特意义的一种推动地区发展的前导性辅助战略。这种独特意义主要表现为,地区形象战略的对象,是地区的无形财富及其开发与利用,并且主要包括地区人们社会性潜能的可持续有效释放,和地区良好形象的塑造等方面。这与地区发展战略通常着重于有形财富、有形资源的开发、利用与创造,有着明显的不同。地区形象战略的独特意义,既把它同地区发展战略区别了开来,又说明了它的不可替代性。至于其前导性,主要反映是它同精神文明、以及同作为地区发展动力源泉的人的社会性潜能的发挥密切相关。

第三,地区形象战略虽然以地区发展战略为基础,但是,它可以反过来对地区发展战略的制定及其施行的全过程,施加巨大的、多方面的影响,具有整合、检验与完善地区发展战略的重要功能;形象而又通俗地说,是一种“镜子”功能。众所周知,地区发展战略与地区的各种规划,通常是从经济、社会、生态、环境、资源等方面,根据社会可持续发展的思想,去确定发展目标、发展模式、发展道路、发展速度、发展水平和产业政策、增长方式转变等问题,致力于人力、物力和财力的筹措与安排,并且具有明显的数量概念和硬指标、硬任务的特征,属于通常人们说的“实”的东西。与之相比,除重视地区发展战略及地区的各种规划所涉及的上述内容外,地区形象战略还关注地区发展中有关民意、民情、民心等方面的事情,致力于精神文明建设成果的影响之扩大。如果说,发展战略与地区各种规划的重点,是研究和解决地区本身环境(经济、社会、生态等)的营造,那么可以说,地区形象战略及其实施——地区形象设

计与建设的重点,则是将注意力集中于地区人们相互尊重、相互理解、相互信任和相互帮助的人文环境的营造与和谐、文明氛围的培养,以及地区本身环境(经济、社会、生态等)的营造同文明、人文氛围的协调、整合和统一。

地区形象战略的整合、检验和完善功能是十分明显、十分重要的。地区形象设计中的形象定位、形象评价与形象设计准则和有关指导思想,可以有效地用于整合、检验和完善地区发展战略与地区各种规划。上面提到的城市、城镇形象设计可以大大提高城市、城镇规划与设计的水平和档次,就是一个具有说服力的例子,尽管我们目前还没有展开来分析。再一个具有说服力的例子,是地区形象战略及其相应的地区形象设计与建设,以社会的可持续发展观和人们社会性潜能的可持续有效释放作为形象定位、形象评价与形象设计的两大参照系统,显然,它有助于消除地区发展战略和地区各种规划中,出现的不符合可持续发展原则和见物不见人或见物少见人的倾向。

第四,地区形象战略以提供和解决物质文明建设与精神文明建设良好结合的有效载体,作为自己义不容辞的、能够承担起来的任务。根据前面多次阐述过的内容可知,我们的指导思想与基本思路,从更深的层次来看,是要通过精神文明建设来促进物质文明建设,并且初步论证了这样做的必要性与可能性。由于形象这个东西是地区物质文明与精神文明都要面对的问题,因而通过地区形象设计与建设把二者结合起来,通过精神文明建设促进物质文明建设,就成了地区形象战略的战略意图中的应有之物。