一、理论篇

需要全本请访问 www.ertongbook.com

我也谈谈
“地区形象设计和建设问题”

于 光 远

我开始接触这件事情的时间比较晚。对我国地区发展和建设，我一直很关心，党的十一届三中全会以来在这方面做了不算少的工作，也发表过不算少的意见。我非常重视地区经济文化和两者之外的社会事业的发展战略和规划，但是没有从地区形象设计和建设这个角度，提出问题进行研究。企业形象设计（CI）在我国流行开来之后，仍没有使我联想到这个思路也可以适用于地区，扩延为地区形象设计的问题。在我看到、听到提出并研究了这个问题的同志的见解之后，很赞成开展这方面的工作，高度评价他们作出的贡献。

先讲点哲学，讲点认识论的问题。

很明显，地区经济文化社会发展战略和规划的制定同地区形象设计和建设实质上是一回事。因为某一事物的形象，就是这一事物表现在外面的、被感知或者凭籍所感知到的作出判断的东西。形象反映事物本身，为事物本身所决定。事物本身是第一性的，事物表现在外面的形象是派生的，是从事物本身中产生出来的。但是形象又不是事物本身。在这里存在着该事物与此事物有关的各种人之间的关系。以地区形象为例，就存在一个客体和两个主体三者之间的关系。一个客体就是这个地区的自然和社会本身。两个主体

便是这个客体向之显示其形象，使之接受其形象的主体，和对这个客体能够产生影响并对这客体显示其形象起作用的主体。这两个主体都是有意识的人。它们都是实践和认识的主体（我就是从这个意义把它们称之为‘主体’的）。为了行文方便起见，下面我把它们分别称之为第一主体和第二主体。第一主体可以称之为形象的接受者，第二主体可以称之为形象的给予者，或客观事物本身之外的形象给予者。总之，现在我讨论的形象问题是一种关系。

在这种关系中，客体——事物本身和它表现在外面的形象一般来说总是会有差异的。这种差异之所以产生，从根本上说，前者是本质，后者是现象，本质与现象是有其一致性，也可以有差异。而且问题远不仅如此，因为在这里还有两个主体在这个“差异”上起作用。

这种差异可以产生于第一主体。不同的第一主体对同一事物所感知到的或者进一步从所感知中作出判断是不完全一样的。它们会有不同的认识基础、不同的思想倾向（不同的要求、不同的利益关系）。它们对事物的接触也有深有浅、有全面有片面（他们接触到的往往是不完全相同的侧面）等等。

同时，形象与事物本身之间的差异也可以产生于第二主体，即第二主体的行为也可以使同一事物产生不同的形象。

在这里又有多种情况：一种情况是由于第二主体没有做任何去显示客体的真实情况的努力，加上其他客观条件，这一事物可以没有什么形象显示在社会公众面前，即该事物几乎不为人们所知，或者人们知道极少。如某一个地区自然风光特别好，但所处的位置比较偏僻，或者历史上没有人发现过他，如果第二主体还没有去做把这个地区的自然风光介绍出来的工作，那么这个地区的特别好的自然风光仍会是不被社会公众所知或知之者极少。当然没有做任何努力的情况比较少，但是工作做得不够，这个被感知的或待显

示的事物的真实情况显示得不充分，乃至很不充分的情形是很普遍的。自然风光是如此，社会面貌、投资环境也是如此。

由于第二主体的行为导致被感知的事物显示出来的形象与事物本身之间发生差异，便出现第二种情况，那就是这样的人有意制造假相。在 1958 年搞‘ 大跃进 ’时,许多地区谎报成绩的事是公众所周知的，现在是否完全绝迹呢？不到得。比如某个地区听说上面要来检查城市卫生工作，就把城市内几个蔬菜市场封闭了，使上级看不见原先脏和乱的情况。如果上级来检查工作的工作人员不深入，所得的印象就不是真实地反映事物本身。

努力充实反映事物本身和有意使显示出来的形象与事物本身不一样，都是第二主体的主观能动性。尽管人们可以不喜欢第二主体有意向人示之以假相的行为。但不能否认存在这样一种主观能动作用的客观规律性。

形象设计建设是第二主体的事情。

针对以前没有做出足够的努力，致使社会公众对地区本身缺乏充分了解，第二主体要做的工作就是积极去做好介绍真实情况的工作。

针对第二主体有意识地给人以假象的主观能动性，我们就想特别强调一条原则，第二主体在主观上一定不要有意做假，向他们指出这样做对人不利是很明显的，就是对自己，即便暂时有利，从长远看，也都是有害的。

至于我们现在正在讨论的形象设计和建设，它包括的内容就更进了一步。在这里第二主体不只是努力显示已经成为事实的地区的真实情况，还要显示它的将来，使第一主体了解地区将按照什么指导思想发展，会出现什么新的面目（由于这个地区未来的面目是第二主体进行设计和准备建设的，因此显示地区的将来也就显示了第二主体的观念。因此在这里第二主体又成了一个显示的客

需要全本请访问 www.ertongbook.com

体。)进行了设计,当然就得按照设计来建设,做到建设后使这个地区的形象与设计基本一致。因此形象设计一定要和地区建设合在一起。谈到地区建设的设计，不就是对地区的经济文化社会建设发展战略进行规划和研究吗？

即然地区形象设计实质上同进行对地区经济文化社会发展战略进行规划和研究是一回事，那么在大家都已经知道地区经济文化社会发展战略研究重要性的今天，为什么我又非常赞成提出这个问题的同时要做地区形象设计这件事呢？

那是因为搞地区形象设计的思维方法同我过去一直提倡的搞地区发展战略研究有一个不同的地方，那就是搞地区发展战略研究是‘ 顺向地 ’思考问题 ,从这个地区在全国战略的地位出发,考虑到全国对这个地区的要求来考虑如何运用本区的资源来达成一定的战略目标。而地区形象设计则是一种逆向的思维方式，先提出希望在第一个主体面前准备造成一个怎样的形象，然后提出要对客体——地区本身要发展到何种程度，并且在实践中对这个地区进行建设，使这个地区发展符合设计的要求，然后对当时的事物本身进行比较好的宣传介绍工作，把事物本身充分地显示出来。

在地区形象设计中,是要解决一个“ 三体问题 ”客体、第一主体和第二主体。上面只讲了这三体问题中的基本关系，还没有把其中比较复杂的关系全部表达出来。例如这里说的复杂关系中，包括在形象设计中，事实上把第二主体的精神、指导思想作为一种印象显示出来了。我们还可以补充这样的内容，那就是第二主体在进行其形象设计的工作中，事实上要对第一主体进行一种说服工作（改变观念的工作），这是前面我们讲基本关系时所未曾提到的。又例如第一主体对客体不发生直接的影响，但是第二主体在考虑形象设计时，不能不考虑对第一主体产生的影响是否符合自己的希望，力求适应第一主体，于是第一主体就会影响第二主体的行为，进一

步就会影响客体的未来发展。第二主体在考虑形象设计时不可能使所有第一主体都满意，一般来说这是不可能的。因此，第二主体所要注意的：一是大多数人，或广大的社会公众；二是同第二主体搞形象设计利益关系最大的那一部分人。比如地区形象设计的目的之一是招商引资，可能的投资者就是要在形象设计中必须考虑的第一主体。

在这里我再提一个问题，那就是如何掌握形象设计的方法和技术。前面我已讲过在地区自然社会本身和形象之间，地区这个事物是第一性的，但形象设计本身也有一套方法和技术。我曾对企业家们提出,他们要取得成功,首先要有一流产品,这是第一性的,同时第一要善于表现自己，即树立自己的形象和第二善于使自己的产品受到表彰。我用了“二表高手”这样的词儿来要求他们。我想一个企业如此，一个地区何岂不是如此。

从企业形象设计到地区形象设计是一种扩大。从原则上讲，地区形象设计的道理既适用于一个小地区，也适用于一个大地区。进一步扩大范围，一个国家又何尝不能做类似的工作。不过从进行形象设计的可行性来说，搞比较小的地区，比如搞一个镇、一个市最容易取得成效。对一个省乃是整个国家来进行形象设计的工作不容易做。从整个省和整个国家来说，在无数小地区改进了自己的形象之后，整个国家的形象也可以取得很大改进，问题也就解决了。

“地区形象设计与建设”断想

朱 厚 泽

在珠江三角洲发展相对滞后的县（市）奋力向前追赶中，花都市是一颗耀眼的新星。

中共花都市委书记石启仁同志和市专家委员会委员罗治英教授，关于在超前思维指导下，开展地区形象设计，大抓地区形象建设，以提高地区的吸引力和凝聚力，从而推动地区持续高速发展的经验和研究报告，通过各种传媒，引起了人们的巨大兴趣和强烈反响。

我很高兴两度到花都参加考察，与有关领导同志和专家学习探讨，并应邀参与花都市的未来发展研究和地区形象设计的学科建设。花都市委和专家委员会的领导同志，要我把花都的谈话写给他们。以下仅就关于地区形象设计与建设的几点粗浅断想，提出就教于其他地区对此有兴趣的同志们。

1. 提出“地区形象设计与建设”是人们主体意识的新觉醒。

它是人类在自然和社会发展面前，从无能为力，无可奈何，或随波逐流,或消极避让,转而面对现实,掌握规律,自觉选择,主动设计，发挥人之所以为人的主观能动性的重要标志。

它是与茫然的不可知论对立的，又是与机械的绝对的规律论下无所作为的宿命论对立的。

2. “地区形象设计与建设”是个人自我设计和企业形象设计的扩大、延伸、深化和向更高层次的发展。

它不仅在空间上范围更广，时间上期间更长，而且内部层次更多，结构更加复杂；它不仅涉及经济、政治、社会、文化和环境多个方面，而且各个因子相互依存、相互制约，有些甚至是相互对立的；它不仅涉及物质、经济因素，而且涉及人际关系、意识形态、价值观念、审美情趣；它不仅关系当今经济发展、物质利益、社会和谐、环境良好，而且要为人类未来和久远的持续发展，预留并创造一个适宜的生态环境和生存空间。

3. “地区形象设计与建设”的对象是一定区域的自然和社会。

自然，包括“天然自然”和“人工自然”。自然是宇宙，是地球长期演化出来的，江河湖海、高山平原，对人类来说，它们都是一种人类无可选择的自然存在。人工自然则是人类在天然存在的自然之中，通过人类有目的的劳动，改变自己的原有面貌，建树起来的构筑物，如房舍、村庄、街道、城镇以及长城、运河、人工草场、人工林，等等。

社会，包括经济、文化、政治等人类群体生活和群体关系所特有的各种活动和它的各个方面，以及它们之间的相互联系，人与自然的关系和人与人之间的关系。

4.“地区形象设计与建设”，包含一定区域的发展计划，但不代替经济计划；它包含城市建设规划，但不替代城市规划。

5. “地区形象设计与建设”，借助外来人的眼睛（以及其他感官），观察（感知）一定区域的外部形象，自然风貌，人文景观，包括自然环境的取舍，人工构筑物的布局、设计和建构，各种服务设施的配置，以及生活在当地的人们的衣着、容貌、言谈、举止、待人接物等等，并从中体察出它内在的经济水平、文明程度、价值取向、道德情操、文化精神，等等。“设计”就是这样，从最具吸引力的“目标值”倒推回去，分解开来，就一定区域的各个方面的“形象”，作出相应的“设计”。

6.“ 地区形象设计与建设 ”,借助本地区人们的全部感官,从对他们最具满意度的‘ 目标值 ’出发,根据经济和科技发展的可能,做了各方面的‘ 形象设计 ”,安排出相应的实施步骤,用以最大限度地动员人们,实实在在地进行物质的和精神的‘ 形象建设 ”,为逐步把自己居住的地方建设成本地人最满意，对外来人最具吸引力的地区而奋斗。

7.“ 地区形象设计与建设 ”,从有形的‘ 形象 ’入门,但决不停留在‘ 外形 ’、‘ 表象 ”上。从看得见、摸得着的、实实在在的‘ 有形有影 ’的事情做起,进而直逼那个理想、道德、文明、进步、“ 无形无影 ”的高尚的文化道德精神,直逼人类特有的‘ 灵魂 ”,进入那个‘ 心灵的核心 ”。

8.“ 地区形象设计与建设 ”,在对待人与自然的相互关系上,它绝不把人类视为自然的奴仆，听天由命，随波逐流。它也绝不把自然视为人类可以随心所欲、任意摆布的‘ 温顺的女孩 ”,它深信人类作为自然的组成部分，本身就是大自然演化的绝妙成果。人类从自然中产生，同时又以其主体意识和能动作用而与自然相对立，成为能反作用于、深刻影响于大自然的独立主体，但它从不企求什么“ 人定胜天 ”、“ 一个吃掉一个 ’这样的豪言壮语。它尊重自然,理解自然，顺应自然的本性，促进自然的发展，以求得人与自然和谐相处，人与自然共存共荣。

9.“ 地区形象设计与建设 ”,在处理人与社会的相互关系上,总是从二者的辩证对立与统一中去把握对象，追求个体与群体、个人与社会的相互融洽与完美和谐。它充分地尊重人、理解人，依靠人的自我解放，释放人的智慧潜能，促进人的文化艺术创造和哲理科学探索，逐步满足人类自身的精神与物质需求，不断展现人类的自我价值，实现人类的理想和追求，推进社会的文明和进步。

10. 历史唯物主义公然承认 “ 恶 ” 在人类历史发展长途中的特

定时期、特定范围的历史作用，但人们世世代代始终崇尚行善。在现实世界上，“丑”总是不可避免的，然而人们不分男女老少，都在寻觅美。人世间岂能没有“假”，而不论古今中外，人类总是不畏艰险，不怕孤独，前仆后继，上下求索，一代接一代地去探索真理，追求真情，痴望真理之光普照大地，纯真之情温暖人间。

“地区形象设计与建设”的奥秘正在于：把人类内心追求的真、善、美，体现、表征、建设于实实在在的“地区形象”之中，形成善良、优美、真诚、相爱的环境和气氛，进而孕育、激励人们崇善、爱美、求真的高尚情怀。

11.“地区形象设计与建设”给自己提出了如此广阔、长远、深层、复杂的任务，因而必然要面临许多前所未有的复杂矛盾。它必须借助现存的多学科的知识和经验，综合地加以应用和发挥，并为解决如此庞大、复杂的课题而去探索、创造出相应的新的理论和新的方法。它必须为此而聚集起多学科的专家、学者和实际工作者，在科学研究和实践探索中，创建出一支理论和实践相结合的，敢于和能于承担这一新任务的新的人才群体。

12.“地区形象设计与建设”在开放、改革的大潮中应运而生，以其丰富的内容和独特的视角，在与花都人民奋发向上，加速发展的实践相结合中，初试锋芒，产生了积极的成果，推动了花都的建设，取得了领导和群众的支持。花都市领导和群众英雄豪迈的创造性实践，为“地区形象设计”与建设这一新的学科建设，不断提供生动丰富的实践经验，成为其理论和方法得以形成、发展的根本和源泉，并为倡导“地区形象设计与建设”的专家提供了施展才华的社会舞台。

人们有理由预期：“地区形象设计与建设”同更多地方的开放、改革、发展、建设的实践密切结合，必将在加速地区发展和完善学

需要全本请访问 www.ertongbook.com

科建设两个方面，获得双丰收。

（《工人日报》1995 年 10 月 11 日发表）

关于跨世纪新文化与地区形象建设的思考

罗 治 英

学术界近几年关注的一个热点，是关于跨世纪新文化的孕育、创建与发展。地区形象设计与建设课题除了本身诸如概念、理论、意义、功能等方面之内容外，必然会涉及这一课题的文化内涵及其在跨世纪新文化建设中的地位。有鉴于此，就思考之所得，择其要点述之于下，以就教于国内外贤者。

1. 对所有社会生活，或者说，对社会生活各个方面最富支配性影响的核心的东西，是文化，是包括广义与狭义两个范畴的文化。文化像一个巨大的无形磁铁石、一根有力的无形指挥棒、一块坚硬的无形主心骨，支撑、推动或阻碍着一个国家、一个民族的生存和发展。文化有一种类似“社会基因”的性质，它通过长期的作用，积淀于民族的心理结构之中，从而产生其威力。可以说，文化在社会生活中的影响可谓无事不在，无时不在，无处不在，颇似《西游记》中如来佛的掌心，任何人都难以采取超然态度。因此，充分估计并认识中国传统文化和已在中国产生作用的西方文化对当代中国现代化进程所形成的巨大影响，进一步领悟文化在社会生活中的重要地位，无疑是地区发展中应该予以高度重视的一个重大问题。

2. 第二次世界大战结束以来的半个世纪，世界形势发生了重大变化。从文化这个角度观之，如今用“科技时代”“信息时代”等等称谓已经远远不能概括和表述我们所处时代的广阔外延与深刻

内涵的特征。实际上,我们正在并已经进入“ 大文化 ”的时代。应该说，大文化时代的概念可以包含科技时代、信息时代的本质特征。随着经济的发展与社会的进步，社会将日益显示大文化时代的特征。因此,人们的眼光应该有所改变,学会从“ 大文化时代 ”这个视野去思考、观察社会发展中的各种问题。

3. 考虑到文化的重要性以及这种重要性之越来越被人们所认识，笔者姑妄言之，与现代化要求相适应的文化一定会逐渐确立其在经济发展中“ 第一生产力 ”的地位。由于文化的内涵中包含有科技这一重要因素，此说当可成立。进一步推理，可以乐观地预计，文化成为人类社会发展的“ 第一推动力 ”的观点有可能成立。果若如此,文化成为地区发展的‘ 第一推动力 ”,恐怕不是一种夸张的说法。值得高兴的是,有些地区领导人慧眼识‘ 文化 ”,在各自地区的发展中开始逐渐形成大文化的观念，并用大文化观来指导地区建设。据笔者所知，浙江省金华市、广东省花都市和兴宁市以及江苏省通州市等地，就是这样做的。

4. 中西文化合璧，社会主义市场经济的建立与完善，呼唤着跨世纪新文化的诞生。要让我们时代的大文化无愧于时代的要求，必须孕育和建立对社会主义社会的发展具有最大促进功能的新文化。新文化的本质特征，应该是突出人为本的精神，能够完满地实现传统文化现代化和西方文化东方化的任务，能够有力地唤起人们主体精神的新觉醒以及激发对人性美和人类良知的主动追求，有利于促使社会主义市场经济体制有序且又有效运作，同时具有鲜明的现代化的时代气息。

值得指出，新文化的曙光已经出现，一批善于把握时代精神之脉搏的有识之士在短短几年的时间里，已经为新文化的奠基工程做出了令人瞩目的贡献。在经济文化的研究中，贾春峰教授提出的“ 文化力 ”的概念正在被越来越多的专家学者所接受。由康振黄、周

浩然等学者主编的《现代经济文化》丛书汇集的众多研究成果中，经济与文化一体化这个当代社会发展的大趋势受到了理论界人士的很大关注，而经济与文化的跨学科的研究则是学术界目前热衷的一项令人神往的新课题。企业文化、商业文化等领域的研究硕果累累，充分反映了这里充满着百花齐放、百花争妍的春天气息。

5.“文化力”的概念有其严谨内涵与明确的界定，这在贾春峰教授等人的研究论文中均有所涉及。这里，笔者略陈一孔之见。“力”在力学中是一个严密的概念,它的定义是:力是物体间的相互机械作用，其结果使物体产生（机械）运动状态的改变。力有大小、方向、作用点三要素。所谓运动状态的改变，指的是物体的加速度或变形。既然力是物体间的相互作用，因此，它必定涉及两个物体，而且既有作用必有反作用。

恩格斯在《自然辩证法》的《运动的基本形成》一文中,针对当时科学界存在的某些概念方面的混乱，就力的概念发表了一些精辟的见解。他指出:“关于力的观念,如各方面所承认的(从黑格尔起到赫尔姆霍茨止），是从人的机体在周围环境中的活动中借来的。……为了避免找出我们的机体的某种机能所引起的变化的真实原因，我们就造出某种虚构的原因，某种和这个变化相当的所谓力。”“作为还没有阐明的因果关系的略语，作为语言上的权宜之计，‘力’这个字在日常的应用中是过得去的。但是超过了这一点，那就糟了。”“既然力这个概念甚至在赫尔姆霍茨这样的物理学家的头脑中都引起了这样的思想混乱，这就最好不过地证明，它在从事计算的力学范围以外的任何研究领域中，在科学上都是不适用的。”

对于恩格斯的上述观点，应该如何理解？笔者认为:(1)应该特别注意到这番话发表的时代背景和当时因何而发。(2)当今社会，社会科学与自然科学之间、不同领域的不同学科之间，从概念、用

语、理论到方法,相互渗透的情形十分普遍。例如,辐射这个热学上的专用术语,现在大量用于其他领域和日常用语中,只要用得得当,并无不妥。何况语言表达本身,有些则需要有点含糊。(3)因此,“文化力”的提法是经得起推敲的。当然,如果能够在今后的研究中注意解决量化的问题,那就将更加有利于研究的进行。

7. 文化在经济发展和社会进步中既可以扮演促进的角色,也可能充当阻滞的角色,这全视文化的内容属于精华还是糟粕而定。不管是促进抑或阻滞作用,都得通过社会的主体——有健全理性的人来作中介的体现。跨世纪新文化的主要特征之一,是人为本原则的进一步强化和体现。地区形象建设的重要任务之一,是唤起人们主体精神的新觉醒以及激发对人性美和人类良知的主动追求。能够担任‘唤起’、‘激发’全部任务的,是新文化,而形象意识则是触媒、载体。这是因为,束缚‘新觉醒’和‘主动追求’的深层原因,其实不是别的,而是与新文化相对立的那部分传统文化。因此,我们又可以说,‘新觉醒’和‘主动追求’在本质上是对新文化的新觉醒和主动追求。

8. 地区形象建设具有十分明显的、深刻的文化内涵(不妨称之为地区形象文化),这是新文化的重要组成部分,并且将对新文化建设做出自己的贡献。需要说明两点:其一,地区形象文化不是从现实的文化中直接产生出来的,现实文化(包括企业文化、社区文化等)的土壤难以直接孕育和产生出地区形象文化。这里,需要的是创造;其二,地区形象文化的内涵超出了经济的范畴,因而它似乎更适宜于直接同大文化时代的新文化挂钩,而不是同经济文化挂钩。当然,对地区形象文化的研究,无疑要涉及经济文化的广阔领域。

(作者系兰州铁道学院教授

以人为本进行城市设计和树立城市形象

杨 重 光

一、当前城市设计中的问题

我国正处于从传统的计划经济向现代的市场经济转变的重要历史时期。在这一时期，各类和各级城市得到迅速发展，城市的功能日趋丰富和复杂，城市的产业日益增多和繁荣，城市人口不断膨胀和增加，从而使城市的活动和生活越来越紧张，导致建筑林立，车辆拥塞,广告爆炸,道路狭窄,人流杂乱。在这种情况下,城市的规划、设计、建设和管理越来越复杂，面临的问题和困难也越来越多。在城市设计中，早日的城市设计又被打破，而新的城市设计尚未建立，形成许多新的矛盾。

——城市规模不断扩大与有限土地资源之间的矛盾；

——昂贵的土地价格与空间合理布局之间的矛盾；

—— 城市的集约化经营与提供充分的公共空间之间的矛盾；

——城市基础设施建设与主体工程建设之间的矛盾；

——单体建筑(体量、样式、风格、色调等)与建筑群体之间的矛盾；

——城市的经济发展与城市环境质量要求之间的矛盾；

——旧城改造的缓慢和新城建设的快速之间的矛盾。

由于有些城市不能很好处理这些矛盾，使城市显得凌乱不堪和杂乱无章，非常不协调，好像一个已经长大的大人还穿着小孩时的衣服。

需要全本请访问 www.ertongbook.com