

對內構建價值觀，對外確立品牌形象

——論澳門的可持續發展

潘綺雯

二十世紀八十年代末九十年代初，中國遇到了複雜的國際環境，面臨相當大的困難。當時鄧小平對外推出“韜光養晦，有所作為”的外交方針，成為當時中國外交的重要指導思想。時至今日，經過長時間的武裝，中國已經成為備受關注的大國，具有一定的影響力，對外的指導思想亦由“韜光養晦，有所作為”進入到“和平崛起”。一個國家在發展的階段都必須確立一個對外傳播的定位和自身的形象，這是引導別人走到你為他安排的定位和角色上面，同時亦是引導自己走向一個有利的位置，無論對發展中的國家或者發達的國家都是必要。發展中的中國對於強大的發達國家無疑是一種威脅，所以在發展的過程中難免產生很大的磨擦力，要消除這種磨擦力，自身的形象將是決定性的因素，所以中國對外宣揚“和平崛起”的理念，告知自身的發展並不是威脅，我們謀求的是和平共處。任何發展階段都需要一個有利自己的形象，傳播一種價值觀，為自己營造一個勢態。我認為，澳門要實行可持續的發展，首要對內構建一個健全的價值觀，對外確立鮮明的品牌形象。

澳門——一個熱鬧的城市，澳門的發展——一個熱門的議題。根據統計局最新公佈的數位顯示，澳門居住人口（包括本澳居民和外地勞工）估計已突破五十萬關口，截至今年六月底達到五十點三萬人，從澳門經濟繼續穩步發展分析，澳門居住人口數目仍可能有持續上升的空間〔一則澳門日報的消息〕。人口持續上升，證明了澳門現時發展的迅速，但亦給了澳門居民一個預警號，社會各階層都必需正視發展帶給社會的隱憂。澳門現正處於一個轉型的階段，變化每天都在進行，公眾難免會感到迷失，或者未能及時迎合這種變化，這樣無可避免地會造成社會的短暫性混亂，社會存在著各個階層，只有實現社會各個階層的協調和統一，才能有效地適應內外環境的變化。傳播正是執行聯絡、溝通和協調社會系統功能的重要社會系統。現時，我們不難從媒體得到一些澳門各階層的信息，由此我們可以發現社會各個階層之間正發生一種微妙的變化，這都是由於存在於經濟發展和社會發展之間的對沖力所引起的。這種對沖力可以通過融合和取捨成為一

種新的推動力，或者這種對沖力會影響和破壞兩者之間的和諧和發展。我們要知道社會各個階層和組成要素之間都有其一定的韌性，現時澳門有些社會組成元素正處於繃緊的狀態，我們要及時作出反應去緩解這種狀態，要不然這些元素的關繫鏈條就會斷裂，而有效的傳播就能緩解這種利益互惠失衡所引起的共職破列。此時構建一個共同的社會價值觀來得至關重要，消除內在的矛盾，才能作出有效的傳播，如果澳門內在仍然存在矛盾和公眾對自身存在的環境沒有明確的認知，又怎樣對外作出有力的說服呢？如何在一個人口密度高據世界前列的城市，實行有效的溝通，構成一個公眾的社會價值觀，就有賴於媒體的傳播。

新聞傳播學(Journalism & Communication)。傳播一詞在英語語系中被翻譯成溝通，由此可見所有傳播的活動都可以簡單被定義為若干種溝通的模式，是傳播的起源。尤其像澳門一個人口密度相當高的城市，溝通是必然存在，其質量將有效地影響整個澳門的可持續性發展，因此構建一種獨有而且適合澳門發展的傳播機制，將更有利地發展澳門的經濟，同時可以減緩經濟高速發展以來，為澳門社會所帶來不能承受的衝擊。而我們所強調的傳播並不單純只是對內的傳播(澳門社會的內在傳播)，還有對外的傳播(與全球各個地區的傳播)，所以澳門必須對內要構建一個共同的社會價值觀，對外要確立一個鮮明的品牌形象。

構建澳門公眾的價值觀，目的是形成一種氛圍，傳播一種信息，澳門不是麻木發展賭業的城市，一切的建設都是有目的，具有整體性和針對性，這就等同於一個坐標，不致令澳門居民感到迷失，知道自己可以做甚麼和應該做甚麼。這樣才能進一步作有效的對外傳播。

有人說，八十年代的人是跟著電視機一起長大的，那麼我認為九十年代的人是跟著網絡一起長大的。其實接觸媒介的過程是尋找自我和確立自我的過程。媒體很多時候不是純粹作告知的活動，一定程度上存在著主觀的色彩，因為通過媒體傳播的信息都是經過媒體的篩選，形成一種特有的價值觀，而人們正在有意無意地接受著這一種價值觀，我們甚至可以說是媒體賦予了一部分人的地位，和某一些事件的價值，媒體很大程度在影響公眾想什麼。

傳播要成功，載體必須健全和有效。我們的策略是採取媒體整合傳播，整

合一個統一的傳播網，不論是澳門的新聞局、面平媒體、視覺媒體等傳宣單位，在發展澳門方面，都必須有具體明確的價值觀，同時進行統一控制和監管，任何一部分的信息不對稱都可能導致共職錯位，沒法有效下達到公眾，和沒法形成一個統一的價值觀。或者成立一個專責小組，具體統籌，發報一些公關新聞或者舉辦一些公關活動，而不是每個部門、每個階層、每個行業、每個團體各自統籌，這樣傳播的效率會大大降低，同時我們無法預計公眾接受的情況和程度，這不利於更進一步的深化傳播。

社會任何一個議題都是經過兩種途徑去影響著公眾：媒體、意見領袖。操縱媒體的議題是影響公眾想甚麼；操縱意見領袖是教公眾怎樣去想。我們可以在各行各業各自舉辦一個討論會之類的意見回收站，題目假定為“如何宣傳我理想中的澳門”，目的是讓各行各業，各個階層動員起來，同時從活動中選出一個意見領袖，因為他是最了解這個群體的情況和需要，能更有效去帶動該群體投引入到澳門發展這個議題中來。但所有活動必須是一系列的活動，絕不能是局部和一次性。澳門現時也舉辦很多活動去響應澳門發展，效果也不錯，但傳播只限於局部人群，過於零散，沒辦法全城帶動起來。

長久以來，賭業的發展的確帶來了漂亮的入職數字、稅收額、入息中位數等，但卻給公眾一種假像，發展賭場經濟是大勢，其他行業的發展只能配合和讓路，形成一種賭博本位。為澳門建立一個形象，更重要的是我們要賦予澳門這個符號一個意義，給予澳門公眾一個信仰，同時是一個認知的過程。告訴公眾發展不一定要在磨擦中生成，也可以在融合中發展。

符號是傳播過程中的載體，它承載著人們約定的俗成，具有一定的意義。符號是相對穩定的，但它所承載的意義卻隨著發展，不斷引入新的元素。為更好去理解為何要給予澳門一個意義，我們假設澳門是一個品牌，到目前為止，一種最有效的品牌傳播，已經不是單純告知消費者我們的產品是甚麼，有甚麼用途，而是昇華到傳播一種理念、精神。而事實上，賦予澳門一個意義等同於建立澳門自己的品牌，就好像香港一樣，人們一想到香港，就會想到東方之珠、購物天堂，這就是香港這個符號所承載的意義，也是它的賣點。所以澳門首要是給自己定位，找出自身的推廣點，以這個為大前題，朝這個方向發展，塑造自己的形象。

其實澳門在宣傳自己這方面做得很不錯，但我認為，澳門的推廣點太多，令人有一種不確切的感覺，而且很多有利的推廣點在賭場的巨浪中被淹沒了。而我們現在應該做的是創造最大可能的融合。

我有一個想法，以“黑夜與白晝”為推廣點，黑夜與白晝本是互不相容的兩個狀態，但它們卻緊密的連接在一起，就像澳門一樣，是一個寧靜與喧鬧並存的城市。中西風情是澳門長久寧靜的起源，兩種文化水乳交融，而當黑幕降臨的時候，澳門好像變了另外一個城市，熱鬧非凡，整個城市都在狂歡。兩種似乎無法聯繫到一起的狀態，竟意外地融合起來。一個城市，兩種誘惑。大概是這樣一個理念，這樣就能最大限度的把澳門各個優勢融合在一起。

對內構建一個價值觀，對外確立一個品牌形象，必須是同步進行。就之前提及，傳播源根本對傳播的目的和方向沒有明確的認知，會大大影響傳播的效果。構建一個價值觀相當於理清自身的思路，知道自己要做什麼；確立一個品牌形象是知道自己要怎麼做，所以兩者是相互依存，同時又是同等重要的。

由於澳門發展的驅使，社會環境正不斷改變，外在的環境亦然。我們必須及時把握社會內外的形勢，這樣才能擁有一個明確的發展方向，有方向的發展才能談得上可持續的發展。媒體在這層面上就相當於一座“瞭望台”，時刻觀察著內外環境變遷，通過媒體我們對現今的社會環境有了明確的認知。此外，澳門可以通過對外界的認知確立自身的定位與高度，理性認識自身的不足和優勢，並且有條件地作出適當的迎合和改變。