

香港媒介批评的“专业术语”

作者：黄辉

在香港百年新闻业中，形成了大量的香港传媒术语，或者称之为传媒“行话”。著名的比如“狗仔队”，但有一些具有特别明显地批评意味，以至于香港的批评主体一直运用这些批评术语来批评香港传媒。理解这些批评话语，有助于我们从另一角度理解香港的媒介批评和它所处的生态环境。

本文稍微考察一下这些有意思的香港媒介批评的“专业术语”：1. 狗仔队；2. 封咪；3. 煲水新闻；4. 记者原生新闻5. 八卦，八卦新闻；6. 罅稿；7. 出位，搏出位；8. 报料，买料，有料到 9. 吹风；10. 唱衰；11. 杯葛传媒。

狗仔队：

在香港媒介批评的话语中“狗仔队”无疑是高频词汇。“狗仔队”，原名为意大利文Paparazzi，首次出现于1958年，正式翻译名应为“追踪摄影队”。1960年，意大利导演费里尼在电影《甜美生活》中，男主角马斯杜安尼就是八卦新闻记者，经常出入上流社会，为寻找题材而搜索枯肠。1963年，费里尼的《八部半》再度出现八卦新闻记者的角色，奠定“Paparazzi”在人们心目中的鲜活形象。

在国外叫“Paparazzi”，而在香港则成为“狗仔队”。

至于中文翻译“狗仔队”，则是由香港人所开创。50年代的香港警察部刑事情报科擅长追踪案件，以跟踪、窃听的调查方式闻名，这些便衣刑事侦查员（俗称0记），外号“小狗队”，取意在于狗类擅用灵敏的嗅觉，追踪猎物。香港狗仔队是警方正式成员，刑事情报科，政治部，毒品调查科等警方组织都设有“狗仔队”[1]。香港警方“狗仔队”有复杂的工作流程和工作任务，是不可或缺的重要一环。

这种调查追踪能力及方式，后来被香港记者发扬光大，日夜追踪新闻人物、艺人名人等。由于长时间的跟踪、守候，非一人可以独立完成，所以这群善用镜头捕捉消息的记者，也就被统称为“狗仔队”了。

封咪：

广东话称麦克风为“咪高峰”，“封咪”即“封话筒”。2004年5月，香港郑经翰等几名电台节目主持人前后“封咪”，辞去主持人之职。由于当事人对出走原因一直遮遮掩掩，令有些人充满遐想地加以发挥，以至在香港闹得沸沸扬扬，“甚至被恶意冠上‘特区言论自由受到政治打压’的帽子”。[2]由此，“封咪”即有了坏语感。

煲水新闻：

“煲水”源自于香港影视圈，真正意思是“宣传”或制造烟幕，后来引申是“假新闻”。

此词诞生地是在香港广播道，当时还未改名做“亚洲电视”的丽的电视大厦。二十世纪七十年代末期，香港“丽的”电视与“无线”的电视大战正值酣处，丽的电视在麦当雄领导下，大举反攻“无线”。他们通宵达旦，编剧组日夜开工，时常有人在房内过夜。有一晚，楼下警卫的火警钟大作，警卫发现是二楼编剧房，立刻上楼察看，见到走廊烟雾弥漫，大叫不妙，发现一个浓烟大喷的房间，不由分说，一脚踢门，赫然所见，房内空无一人，只有一个电热水壶，滚滚冒烟，引起警钟。他一出门口，楼下已经有记者，警员上前问：“发生甚么事？”警卫答：“一场误会，系二楼煲水。”

第二天，“煲水”一词便在娱乐记者口中不胫而走。“昨晚丽的火警，并无其事，只是煲水新闻。”以后，“煲水”一词成为了娱乐圈中人口头禅，凡是讲一些似是而非的传闻，吸引记者，以广宣传者，就是“煲水新闻”，即不值大惊小怪也。[3]

也有人进一步引申“煲水”一词：

“煲水”=“无米粥”=“没有料的粥”

煲水新闻=无料的新闻=假新闻

所谓“料”，即是“报料”，报纸做新闻的材料。

记者原生新闻：

是一种具有典型infotainment特质的港产新闻样式。这种独特的新闻就是报道因为记者虚构编造事实，或因采访过程中跟艺人纠缠而衍生出来的事端。例如，有些记者指称艺人动粗打记者的“新闻”，便属此类。差不多所有当红艺人都跟记者有过过节，而如果记者以“正常”兼“正当”的手法采访，便根本不会出现这种新闻。

“记者原生新闻”跟由艺人“创作”的“煲水新闻”（艺人为了宣传而无中生有的新闻）充分表现了娱乐新闻的文化特质。所有这些变化昭示着一个共同的结果，即对新闻真实性的漠视和抹杀，也反映了香港社会新闻的市民化和“八卦”。

八卦新闻：

据说，原本香港专门刺探或讨论别人的隐私或内幕的杂志都是八开大小，而粤语的八开(8k)与八卦音近，所以人称“八卦杂志”。也有指早年香港黄色书刊发行时，会在封面照片上的重点部位加贴八卦图，类似现在的打格子效果，以避法律责任，于是这一类杂志便称之为“八卦杂志”。

八卦的正规称谓是“流言蜚语”或“闲言碎语”，在英文中，八卦就是gossip,就是“轻浮”的意思，无根据的传言。八卦新闻的内容大多与性、暴力、死亡有关，而且可以归入奇闻轶事和个人隐私两大类。

考证“八卦”之意何来，北京大学新闻传播学院副院长陈昌凤认为，“八”字代表了琐碎庸俗的贬义，“比如香港有‘八婆’一词，我也曾在节目中探讨过这个问题。”梁东说，“‘八卦’原本指中国图腾，是为‘太极八卦’的说法，那为什么‘八卦’会衍生成这个香港的说法，我想没有人知道，这完全是两个不同概念的东西。香港的‘八卦’应该是由好奇和偷窥引发出来的一种眉飞色舞的状态。”八卦新闻侧重于衣食住行方面的世俗化信息，乃至茶余饭后的花边新闻——即港台所称的“八卦新闻”，其核心在于服务与赢利。英文有个新造“infotainment”，可以翻译为新闻娱乐化，它就是将“信息”（information）与“娱乐”（entertainment）合并而成的。

鱻稿：

所谓“鱻稿”，就是关系稿，企业公关稿。这其实有个典故。大约二十世纪二三十年代，香港有家炒黄鱻出名的餐馆。由于黄鱻的供应有季节性，所以每当鱻鱼上市，就要广为宣传，老饕才懂得上门。可是这家餐厅的老板是出了名的小犹太，不舍得广告钱。于是他就买通一家报馆的记者，给他个人一些好处；每当黄鱻上市，这名记者就发一篇新闻稿，说某某餐馆刚运到大批应季鱻鱼——生猛肥美，食家请勿失之交臂云云。这类事情做多了，人家也就知道是自吹自擂的免费广告，后来香港人就把一味好评的文稿谑称为“鱻稿”。本地虽然华文水准低落，可是中文‘广告人’多，故鱻稿也忒多。

搏出位：

用香港八卦杂志的话说就是“搏出位”——以一种骇人听闻的方式，在最短时间内取得公众的注目。在娱乐圈，“出位”这个词的前面总是要加一个动词“搏”，预示着出位是需要一番勇气和挣扎的。而且男人和女人出位的方式是不同的，女人靠身材靠衣装靠行为，男人则多半靠言语。香港媒体的表现也“搏出位”，多挑战传媒操守了。

报料，买料，有料到，爆料：

“有料到”是有情况的意思，这是广东话的口头常用语，不单媒体用，广东人口头也常用。“有料”广东话也有有能力、有学问、有技术、有功夫的意思。

报纸的在国际新闻界，对于以金钱换取新闻或新闻线索的行为，称为“支票簿新闻”（checkbook news）；在香港则称为“买料”。由于这样做法可能会影响新闻的客观公正，主流新闻界一直持反对态度，有的甚至在行业规则里列为禁止事项。不过这种行为通常还是属于新闻道德的问题，不会深究。但是要是涉及公职责任，那就会触犯法律。

在1999年，香港《苹果日报》因为多次发表有关警务的“独家新闻”，引起当局怀疑，廉署介入调查，历时半年，终于锁定这些独家新闻是记者通过“买料”得来的。1999年冬廉署稽查人员在一家餐厅当场抓获正在“交易”的《苹果日报》记者刘某和一名警察，搜得现金8000元和罪案报告数份。后来刘某和两名涉案的警察分别被判行贿和受贿罪，刘某入狱10个月。[4]

在香港部分传媒热衷于千方百计挖掘他人视为秘密的“独家新闻”，以迎合某些读者趣味的氛围中，发生记者以身试法的事件是不奇怪的，而且还会继续发生。

吹风：新闻演示文稿会（News Briefings）

时下流行兴吹风，政府搞一个政策，要向记者吹风。吹风者，就是放风，放出一些声气，试探反应。新闻演示文稿会是传播机构和新闻来源间的角力场所，常展示控制和反控制、垄断和反垄断的过程；更是资料来源、传播人和受众之间难解的三角习题，夹杂受众知情权、信息利益交换和保护消息来源的复杂关系。

报馆处理演示文稿会常见模式有四种：一、只作背景参考用，是机密资料，新闻来源要记者答允不会披露，亦即不供发表；二、可以发表，但不能指出消息来源，也不可直接引用谈话；三、可以发表并引述原话，但须隐去可使人辨别消息来源的写法；四、容许发表且可间接指出消息来源，却不能直接引用原话。

演示文稿会带有某程度的机密性质，发布者刻意挑选某些记者出席。演示文稿会也跟官员故意泄漏官方资料的做法扯在一起。传播学者理查得·厄立信（Richard V. Ericson）指出：“漏风可以提升记者的身价（Leaks gives a journalist status）。”[5]利用演示文稿会匿名方式透露幕后新闻，记者既想报道、同时设法为消息提供者隐名，但新闻来源常在关键时刻规避责任。

唱衰：

“唱衰”是贬义，意思是让你的名声受损，“唱”在这里是“宣传”的意思，“衰”就是“不好”。不止是香港人会讲，广东人都会讲，因为这是广东话。

在九十年代以前，演艺中人曾跟本地娱乐记者与编辑关系如胶似漆——皆因有互相利用之处，但今天时移事易。几年来，他们接连挨批受辱，对传媒的新行业文化，连番公开表示不满与鄙视，对传媒不停唱衰，也还以不停唱衰部份传媒，继而跟特别文字传媒划清界线，作为对本身权利不被尊重、利益受侵犯的消极抗议，藉以消消气，减减压。

杯葛传媒：

杯葛即是英文boycott，的粤语英译，“抵制”之意。在香港媒介批评史上，典型的杯葛传媒发生在1993年。香港演协艺人协会一批艺人为抗议新闻媒介不道德的采访，侵犯艺人的隐私权，联合采取了一次空前的抗议行动，连续72小时拒绝记者采访。消息宣布后，在场的艺人都带上口罩，以示拒访的决心。以往艺人得罪“娱乐记者”遭“娱乐记者”封杀的事时有发生，而这次由艺人封杀“娱乐记者”倒是历史上首次。此次抵制行动起因于香港某杂志偷拍了梅艳芳一组照片。[6]

关水喉：

“水喉”意指水龙头，“关水喉”就是“关水龙头”了。而对于香港媒介批评，“关水喉”是一种媒介批评方法，即是“不给你广告或者赞助”关掉你的“水喉”。

“过去北京常用来间接控制香港报界“不听话”的手段中，最广为人知的是控制中资公司在港报刊出广告量，用香港话来说就是“关水喉”了。好像《明报》，《信报》之类的报纸，早在80年代已受到这种根源自北京的“经济牌”压力。明报在多年前更刊出一份流通香港中资企业的内部通告，列出禁刊广告的“黑名单”，指明中资机构不能在本地多家报纸上登广告。这些都是来自北京的中央政策规定，是对“围外”机构有绝对的约束力的指示，旨在利用经济压力回应不接受“招安”的本地传播机构，可视为北京的“家事”，虽然不合乎香港自由报业运作之理，但旁人的确难以置喙的”[7]。

参考文献：

1. 夏春平：《香港文化色彩》龙门书局 1995年4月版，P221
2. 何良懋：《颠覆传媒》香港：次文化公司，1997
3. Richa.Ericson：《Negotiating Control》，P241
4. 魏永征：《三百元“买料”港记囚三月》传媒学术网
5. 《环球时报》<http://www.rednet.com.cn> 红网
6. 香港新浪www.sina.com.hk

