

# 「升呢」新課題： 潮語為例

## 嘍模

(少女模特兒)「升呢」的討論在報章娛樂版話音剛落，港聞版又傳來香港電台是否已被政府「升呢」的揶揄。深懂新聞心理學的社民連主席黃毓民，在今年十月初的立法會特別會議上，狠批政府的廣播政策「超低能」。這趟子，他吸引傳媒注意及讓受眾聽得「過癮」的精巧話語片段(sound bite)，直接質詢了政府放棄前獨立檢討委員會報告的舉動，也間接替香港青年潮語在精英階層的「二級傳播」和在成人世界進一步普及化多出了一分力。

究竟在媒體精句文化(sound-bite culture)也以「潮」制勝的當下，我們可有發現青年流行文化在傳媒生態中的滲透性，及其滋長的社會條件和相應的文化意義呢？

### 新詞語的傳播學啟示

先給不熟悉香港青年「潮」語的讀者，說明一下「升呢」何解。「潮」語，不是指廣東方言的潮州語，而是潮流文化用語，特別指稱年青人自創的俚語和網絡常用語。當然，「潮語」這詞彙本身，亦是近年才出現的文化產物，近義詞是內地及台灣人說的「酷語」，而香港「潮」語是港式粵語裡最時髦、最「溝」(cool)而不一定要通的表達。話說

回來，「升呢」者，升級之謂也，即進到更高更強的階段或層次。

既然有升級、升格之說法，何來又要「潮它一潮」說「升呢」？部份答案在傳播心理學的研究中，可能會找到一些頭緒。傳播心理學是對傳播或溝通(尤其與媒體相關的)活動，其心理的部份所作的專門探討。傳播心理學家嘗試幫助我們更了解人性與媒體互動的情況，又或者人與人在媒體化的溝通(mediated communication)過程中的人際及心理議題。

在學術圈的閒談中，有些學者開始提出要給這學科的研究方法及課題「升呢」，因為網絡時代的到來，新一代已生活於數碼媒體世界。從網絡使用的虛擬性、匿名性等抽象概念，到手機自拍放在網誌與友分享「親密」照的具體娛(愚?)樂行為，我們陸續碰見的，是似曾相識卻感覺新鮮的現象。傳播分析的基礎是符號，我們就先從新詞語開始。

### 中學會考中文科「O嘴」的驚嚇

零七年八月，中國教育部發佈了《中國語言生活狀況報告(2006)》，列出諸如「谷歌」、「秒殺」、「剩女」、「半糖夫妻」等新詞語。香港傳媒作了花邊式的報導。

零八年夏，香港考評局的公開試題「見鬼勿O嘴，潛水怕屈機」登上報章A1版，旋即燃點

起社會大眾對青年「潮」語的熱烈關注，也觸動了部份家長及教育工作者者的神經。正如當時一些網上討論區的留言所講，不單只應考生，一些中文科及通識科老師「見卷也O嘴」(意即，驚訝得無話可說、目瞪口呆、啞口無言、無奈、尷尬)。一邊廂，有些捍衛純正規範書面漢語的國文老師，驚訝地說這試卷「太不像話」。

另一邊廂，一些通識科老師，對於那個答案才是「屈機」的正確解釋感到尷尬。究竟「屈機」應該解釋為「屈曲機制，在較量中獲勝或利用漏洞而使事情得以達成」，抑或「被強者壓迫，全無還手的可能，大比數慘敗，只好潛水失蹤」?……「冚」之際(音炯，網民常用的兩眉緊皺作O嘴狀的中文鍵字版本，取其圖像化表達。冚本解明亮，「冚樣」，現反諷很「瘀」，很「冚」，挫敗、失意)，心身俱疲的老師們還是趕快找找些潮語卡「惡補」，並「谷歌一番」(google-ing)，搜羅更多備課材料。「屈機」源出「打機」用語，要了解它的意義與使用脈絡，他們也只好在年青人沈醉或沈溺的數碼世界中繼續冲浪(surfing)。

### 第三波社會的「潮」語

語言如水，流動不居。每一地及每一代，都有每一地(方言)

# 傳播心理學的 年以香港青年

及每一代(潮語)的說話方式及詞彙。上世紀八十年代的未來學家托夫勒(Alvin Toffler)指出，人類社會有質變的發展，鳥瞰歷史的長河，我們已擺脫了第一波的農耕文化，並由第二波的工業文明過渡至第三波的資訊社會。

不論東西中外，不論是國家語委發佈的普通話新生活用語還是香港考評局的「〇嘴卷」，此刻語言潮流頂上浪花的閃光，是反照著第三波數碼網絡世界的社會風貌和人文精神。譬如，friend這個字，在網絡新世界，據香港浸會大學英語文學系的黃喜良博士所講，其新增義可解作網絡上即時通訊(instant messaging communication)名單上的一員而已，因此，英文新潮字defriend出現了，即把某人在「網(絡)溝(通)」名單中剔除(delete)。

當然，整個第三波之波幅形狀如何，我們還未知道。較清楚的，倒是上一波潮退後的痕跡。例如，丘學強先生在《妙語方言》一書中講及一些關於談戀愛的方言用語，便突顯出上一代的青年俚語跟工業文明的關係。廿一世紀年青人玩意的焦點是數碼天地，但在機械年代，年青人潮流的熱話是火車、輪船和大炮。話說，上一輩潮汕人約會的行為較含蓄，男女一起上戲院，是兩人一前一後，若即若離入內，直到了

座位才匯合。描述這「前後腳」，如同貨車後面多拖帶一節車廂的情況，潮汕方言叫「帶卡」。當地人在戲院門前問一男子：「帶卡無？」意思是問他：「女朋友是否跟在你後面(來看電影)？」

又例如，「拍拖」一詞本屬珠江三角洲船家的技術用語，意謂在狹窄河道中，一艘機動船拖著另一非機動船並排緩緩而行。為了形象地描述戀愛中的男女行路的樣子，上一代的廣州、港澳人開始挪用了它，後來又衍生出「拖友」(情侶)的粵方言。

這一代，我們有「電車男」。車不著地不噴煙，告別機械，迎向數碼，遊走於網絡、電玩和動漫的虛擬世界。駛進第三波「九又四分之三號」車站的電車，「拖」、「帶」的是網絡化潮語，從情緒符號(emoji)或圖像符號(pictoranto)到「火星文」或注音文等，如水珠般潛流於他們每天打按的鍵盤上，並藉商業媒體和娛樂圈，像漣漪般層層蜿蜒擴展，偶而一觸，街知巷聞。

## 升呢！收編與延展

爭秋奪暑的零九年八月，港鐵紅磡站的停車場大廈外圍，掛著五層樓高的巨幅月餅海報，營銷噱頭是「升呢」，廣而告之大眾慶賀傳統中秋佳節，無必要吃「老餅」。與時並進，「升呢」

的月餅是很「潮」！(e是英語level)的前半發音，源出電玩文化專用語。網絡遊戲世界裏，虛擬生活的意義是不斷為遊戲角色「升level」，電玩迷的溝通符碼是縮略成雙音節的「升呢」)

這個月餅廣告文案，是青年潮語的商業收編(commercial cooptation)例子。我手寫我口，我口說我的生活、感覺、慾望。標奇立異的廣告文案是精心計算的商業嘗試，然而香港青年潮語本身之獨特性，指向的是一些值得關注的傳播學議題。

按照傳播學奇才馬素·麥克魯漢(Marshall McLuhan)的理解，任何媒體(例如衣著、鐘錶、汽車、留聲機、漫畫、新聞…)都為「人之延伸」，每種媒體特性都帶來某種心理及肉體能力的延伸(或消滅、退化)。網絡及手機彷彿是第三波社會人類身體的一部份，已是不用多說的例子。它影響著人類關係、行動形式、溝通模式和步調，如果以偏向技術決定論的口吻說，很多時甚至比盛載的具體個別內容更深遠。因此，從觀察一定數量的個別潮語的具體音義和「創新」形式，我們可以理解青年人如何活在及活出新媒體的溝通型態及心理。

## 葉智仁

香港浸會大學社會工作系  
青年輔導學碩士班論文導師