

私隱關注

英國白金漢宮在2010年11月宣布，威廉王子(Prince William)將與凱特(Kate Middleton)共諧連理，預計會成為英國最盛大的婚禮。由於威廉王子是皇室名人，消息一出，英國媒體從不同角度跟進這宗大婚的新聞。從Google搜索所得，約有1,330,000條結果；香港媒體亦見相關報道，過去幾個月的相關報道有超過600篇。雖然其「熱度」與已故戴安娜王妃的大婚比較不可同日而語，但已算是一宗國際話題。

■林援森 香港樹仁大學新聞與傳播學系高級講師

作者簡介

林援森 畢業於香港樹仁學院新聞系。其後取得香港新亞研究所歷史學碩士、博士學位。現為上海復旦大學新聞學博士候選人，香港樹仁大學新聞系高級講師。



概念
鏈接

名人現象

威廉王子與凱特的婚禮預計會吸引全英甚至全球的眾多目光。當年查理斯王子和戴安娜王妃結婚時，60萬人在倫敦街上夾道恭賀新人，全球有7.5億人觀看電視直播。由此可見名人新聞對人們生活的影響，大多是茶餘飯後的話題。

英名人源自19世紀

根據大學教授Stephen Gundle指出，英國現代社會中的名人現象(Celebrity Phenomenon)，乃形成自19世紀的上流社會。正如Stephen Gundle所言，他們的出身背景(Milieus)是其成為名人的關鍵因素。名人都潛藏一種不可抗拒的魅力或誘惑力(Glamour)，以吸引社會上不同人士的矚目光。他們除代表一個社會的上流階層外，也是城市的外在形象。

擅掌曝光機會 互通私人資訊

隨著這些名人所呈現的美麗(Beauty)、尊貴(Prestigious)、虛弄(Ostentation)、力量(Dynamism)、期望(Aspiration)及錯覺(Illusion)等，交織在一起，成為城市形象的組成部分。名流之間善於把握在公眾曝光的機會，城中大小的社交聚會成為他們交流消息和炫耀賣弄的場合。他們所交流的消息大多涉及名人之間的私生活，出於好奇心，他們之間對傳出和收集名流私人資訊的行為均表現得十分踴躍和積極。一些名流的消息於是得以廣泛流傳，並成為他們日常生活及參與社交活動時的話題(Gossip)。

媒體報道熱點 消息廣傳社會

這些話題逐漸由上流社會傳送至中產社會，再成為小說的題材或媒體報道的選材。隨著媒體發展日趨成熟，這些話題成為交流的主要工具，而在這個操作平台上的主角就是名人。



■當年查理斯王子和戴安娜王妃結婚時，60萬人在倫敦街上夾道恭賀新人，全球有7.5億人觀看電視直播。資料圖片



小知識

誰是戴安娜和查理斯？

威爾斯王妃戴安娜(Diana, Princess of Wales)被大眾稱為戴安娜王妃(Princess Diana)，她是威爾斯親王查理斯(Charles Philip Arthur George)的第一任妻子，亦是威廉王子和哈里王子的親生母親。而查理斯是英國王儲，其親母是伊利沙伯二世(Elizabeth II)，即現任的英國君主，人稱英女王。

查理斯王儲和戴安娜在1977年認識。1981年初，白金漢宮正式宣布戴安娜將會嫁給查理斯王儲。她在婚後獲得「威爾斯王妃殿下」的頭銜。

戴安娜王妃此後成為英國王室的明星，常遭到「狗仔隊」的貼身追訪，而她的打扮、衣着、舉止都成為英國女性的模仿對象之一。

1992年尾，查理斯王儲和戴安娜王妃正式分居，後在1996年正式離婚。英國傳媒報道，查理斯王儲與其舊情人卡米拉藕斷絲連，是引致他與戴安娜王妃的婚姻完結的原因之一。

1997年，戴安娜王妃與埃及富豪多迪·法耶茲在紐約度假時認識，二人情侶關係被英國媒體曝光。1997年8月31日晚，戴安娜與多迪乘坐一輛平治房車在法國巴黎的Pont de l'Alma隧道中遇上「狗仔隊」追蹤，車輛失控越過行車線撞向燈柱和石牆。戴安娜和多迪均在車禍中死亡。事件引起英國甚至全球震驚。

至於戴安娜王妃死後，卡米拉多次陪同查理斯王儲出席公開活動，甚至獲准參與王室內部的私人晚宴。查理斯王儲與卡米拉其後在2005年結婚。

名人花邊新聞 媒體社會最愛



■威廉王子將與凱特結婚的消息被全球媒體廣泛報道。資料圖片

奉承認同仿效 名人文化中心議題

學者Su Holmes和Sean Redmond在《Framing Celebrity》一書指出，名人文化的中心議題是奉承(Adulation)、認同(Identification)及仿效(Emulation)。奉承意為一旦名人擁有知名度後，奉承便會在台前與台後出現；認同意指名人獲得某些人支持，甚至成為他們的支持者或者粉絲(Fans)，同時意味這些支持者對名人的表演、形象或行為有所認同；仿效則是名人效應影響，群眾出現仿效行為。

魅力難抗拒 誘眾生迷戀

名人大多有一種特殊和不可抗拒的魅力或誘惑力，而這成為其吸引其他人的原動力。著名時裝雜誌《Elle》在1996年12月期號的標題「魅力！人們讓她活起來，服裝凸顯它的特色，彩妝將它修飾至盡善盡美」。學者史考特(Live Scott)指出，魅力包含年輕、動感、外向、短暫、不受文化束縛、多變、公開等特徵。

媒體角色重要 從旁推動

學者尼古拉懷特(Nicole White)和伊恩葛里菲斯(Ian Griffiths)補充，魅力還包括性感和神秘，同時受到時效性和商業性影響。當中媒體扮演關鍵且重要的角色。因此在名人的成長過程中，其推動力及獲得大眾所認知的中介正是媒體。



■香港的「靚模」不但是模特兒，而且涉足電視界和電影界，擁有很多粉絲。資料圖片



■香港的名媛經常出席不同品牌的宣傳活動。資料圖片



■雖然戴安娜王妃已逝世十多年，至今每逢她的忌日，英國仍有大批民眾到肯辛頓宮獻花悼念。資料圖片



■有人指出，全職模特兒接受多種嚴格訓練，才能「行天橋」，故此大多拍攝平面廣告的「靚模」專業。資料圖片

港靚模速竄紅 橫掃影視界

名人新聞日漸成為主流，根據學者Sofia Johansson指出，究其原因有二：一是小報文化已是主流的新聞方式；二是小報文化所關注的高度聚焦的新聞點，這是名人可利用的新聞點線面。

威廉王子是皇族後裔，呱呱落地之時，已披上名人的「外衣」，自然備受注目。但現代社會的名人，許多原是名不經傳，但通過其職途上的成就或社會功績，同樣可以位列名人一族，如政治家、明星或運動員。同時，部分人亦可利用名人趨時的效應，把自己或媒體歸類。「靚模」便是近年的一個有趣例子。

07年始為傳媒使用

「靚模」首見於2007年的本地報章，但其前身是「靚模」。「靚模」一詞早於1999年首見於本地報紙，當年灣仔某酒吧舉行國際「男

模」選舉，其中一名土耳其模特兒當選冠軍，某份本地報章以「靚模」稱之。「靚模」一詞自此成為本地女性年輕職業模特兒的代名詞，如當時的楊軾、周汶琦及Maggie Q等。到2007年，某本地周刊刊登一篇名為《Sun Boy'z William 索模女友網上隔空調情》的報道，當中提到「Angelababy(別名Baby)15歲開始做靚模……」「靚模」一詞開始為本港媒體所廣泛使用。時至今日，我們說「靚模」意指年輕貌美、曝光率高的女性模特兒，她們亦會經常涉足電視界和電影界。

大小事均曝光 取悅大眾

同時，任何名人必須維持一定程度的曝光率，上述提及的話題自然是不可或缺的元素。這些話題可大可小，只要能夠取悅大眾，任何大事、小事都是媒體的報道題材。名人、話題是一對永遠的「雙生兒」。



想一想

- 1.何謂名人？
- 2.你如何解讀名人與傳媒的關係？
- 3.英國的名人新聞與香港的名人新聞有何異同之處？試分別闡釋之。
- 4.收集資料，分析威廉王子與凱特的結婚消息為何引起社會的熱烈討論。
- 5.你認為名人可否擁有私隱？為甚麼？
- 6.如果一個人由小到都是社會焦點，對其成長有何影響？試分析之。



延伸閱讀

1. Stephen Gundle, Glamour, NY: Oxford, 2009
2. Su Holmes and Sean Redmond(ed.), Framing Celebrity, NY: Routledge, 2006
3. 尼古拉懷特、伊恩葛里菲斯，《時尚經濟》，(台灣，序曲文化，2008)
- 4.《威廉與未婚妻新照曝光》，《香港文匯報》，2011-03-08
<http://paper.wenweipo.com/2011/03/08/GJ1103080018.htm>
- 5.《哈里做威廉伴郎 凱蒂妹當伴娘》，《香港文匯報》，2011-02-15
<http://paper.wenweipo.com/2011/02/15/GJ1102150021.htm>
- 6.《威廉王子宣佈婚訊後首次攜未婚妻公開亮相》，中新網，2010-12-20
http://big5.china.com.cn/international/txt/2010-12/20/content_21578799.htm
- 7.《名人文化中的媒體視角》，傳媒透視
http://www.rthk.org.hk/mediadigest/20100422_76_122597.html