

專輯論文

圖像和親密屏幕： 流動性與手機照片的日常性

Helen GRACE

摘要

本文探討屏幕在日常生活中的用途。尤其關注手機相機對於城市空間部署的作用。本文通過呈現2007年至2010年收集的研究數據，討論香港用戶如何利用手機相機製作及分享圖像。除手機相機的屏幕之外，我們還關注電腦屏幕。在電腦屏幕上，我們最初是通過博客來獲取圖像的——博客空間本身形成了一個特定的視野，通過用戶對圖像的評論，我們可看出用戶如何看待這些圖像。本文為手機圖片和用戶原創內容的意義提出了一個大體的研究框架，並描述了手機攝影的興起、用戶的使用方式及審美態度。

關鍵詞：用戶原創內容、手機相機、香港、城市空間、日常生活

Helen Grace，台灣中央大學訪問學者。研究興趣：用戶原創內容、圖像理論、攝影歷史、科技可視性、分佈式美學。電郵：hmgrace_2003@yahoo.com.au

Special Issue Article

The Image and the Intimate Screen: Mobility and the Everyday in Camera Phone Pictures

Helen GRACE

Abstract

This paper examines the screen in its everyday and even banal uses, rather than its monumental uses. Focusing especially on the deployment of the camera phone as a means of producing a sense of being within urban space, the paper considers the practices of camera phone image-making and sharing in Hong Kong, by presenting data from research carried out between 2007 and 2010. We focus not only on the screen of the camera phone itself, but also on the computer screen where the images are first made available to us, within blogs—the blogspace itself forming a specific visual field that determines how the users themselves view their images, as evidenced in the comments they make about them.

We provide a framework for considering the significance of camera phone pictures and user-created content generally. We describe the rise of camera phone picture-taking and identify patterns in usage and in the aesthetic attitudes of users, based on our research. Our research involves a multi-modal approach, that includes both quantitative and qualitative methods—ethnographic research, structured and unstructured interviews, photo elicitation, a questionnaire, and interpretive visual data analysis. Theoretically, we draw on the work of Henri Lefebvre and, in particular, his “theory of moments.”

Helen GRACE. (Visiting Professor). National Central University, Taiwan. Research interests: user-created content, theory of the image, history of photography, technovisuality, distributed aesthetics

We pay close attention to the affective/emotional comments users make about their picture-taking practices and their use of camera phones, based on our ethnographic research. We argue that this material deserves to be taken much more seriously because of the intricacies of the everyday that are manifest only in such practices. In emphasizing the specific aesthetic choices of users and the patterns that emerge in everyday use, we argue that the cultural meaning of camera phone images must foreground the role that aesthetics and emotion play in everyday life. Through such research, we observe the fine detail of everyday innovation in expressive forms that are overlooked in technology studies that focus on devices and rational choices. Additionally, we note the increasingly widespread new phenomenon of a highly distributive aesthetics that challenges the traditional privilege that art forms have been granted, demonstrating that user-created content is shifting some major social assumptions and structures.

Keywords: User-created content, camera phone, Hong Kong, urban space, everyday life

Citation of this article: Grace, H. (2012). The Image and the Intimate Screen: Mobility and the Everyday in Camera Phone Pictures. *Communication & Society*, 21, 79–104.

圖像和親密屏幕：流動性與手機照片的日常性

圖像有屬於自己的時刻，在恰當的時候顯現或潛隱，打破文字的組合和聲音的流動。(Deleuze, 1997, 161)

大庭廣眾下的小屏幕

這篇論文主要探討屏幕的日常使用，甚至是平淡無奇的使用，而不是特別時刻的使用。根據2007年至2010年研究收集的資料，這篇文章研究香港手機照片製作與分享的實踐過程；我們將不止聚焦在手機屏幕本身，而且也關注電腦屏幕，在那裏圖像第一次在博客中展現在我們眼前，而博客空間本身影響使用者如何看當中的圖像，這點可以從博客評論中找到依據。

儘管關於流動媒體和傳播的研究已經很多(Goggin, 2006; Ito [et al], 2006; Koskinen, 2007; Pertierra, 2007; Green & Haddon, 2009; Ling & Campbell, 2009)，然而對於「使用者創造內容」的研究卻相對較少。從市場推廣與傳播的角度，只有數量重要，因而這些內容顯得無關緊要。從圖像本身以及使用者的評論中我們發現，用戶會專注於理解圖像以及審美評價。選擇它作為研究重點，是因為我們需要理解使用者創造內容的本質，以及他們創造與分享的動機。

社會科學研究關注新媒體使用的滿足、社交參與和賦權(Katz & Rice, 2002; Leung & Wei, 2000; Leung 2009)，以及文化地理學的角度，探討家庭攝影的情感政治(Rose, 2010)。相對而言，以民族學的研究方式，探討使用者創造的內容，及其中的美感及情感的研究較少。以此作為研究重點，原因在於我們認為使用者創建的內容，表達出主動、創造自由以及創新，這一點值得探討。我們不是想在這裏發現新的藝術形式，而是探究分散的感知現象，或者也可以叫做「一般感知」(Grace, 2010)新技術引發的新表現形式，但又擁有前現代社會性視覺和口頭形式融合的特性(Nyiri, 2006)。

看着這些圖像，思想和情感在滋生。我們為這個充滿潛能的平凡空間而着迷，在那裏，事情和價值不斷湧現，如果要考量這個空間的

價值，那麼在創辦公司將之商業化前，我們可以把它視作一個自由發揮的領域。在這個創新的領域，大量的工作已經完成(Haddon [et al], 2005)，但總體來看，過去研究重點仍在於藝術家對科技的特殊使用，以及將這些實例投入創新工業。我們研究的重點，則在於這一領域商業計算以外的社會和文化價值，看其如何創造和表現知識。

雖然對於新的參與文化(Jenkins, 2006)、創造力和日常生活(Negus & Pickering, 2004)，以及民間創造力(Burgess, 2006)的研究已經不少，然而這些研究往往只關注傳播功能，對其視覺實踐的關注較少。

研究使用一種多模型的方法，包括定量和定質兩種方法——民族學研究、結構和非結構訪談、照片引談、調查問卷、詮釋性的視覺資料分析和機器閱讀圖像分析技術。初步研究選了部分使用者的博客，看他們發佈的手機圖像（圖片和視訊），並且對使用者的圖像、評論和視覺空間總體設計加以分析。我們聯絡選中的博主進行訪談，並在隨後的擴展研究中，建立了一個facebook群組，聯繫大量的手機用戶參與研究，並組織進一步的訪談。

在研究初期，有兩個關鍵的變化影響社交網傳播圖像：首先是facebook的擴張，¹替代博客成為圖像分配與分享的主流據點。其次是iPhone普及，又可簡易直接上傳圖片到facebook。iPhone於2008年7月正式在香港發佈，較美國遲一年，但眾所周知，手機的破解版本已經在2007年8月中流傳。最初的研究進行之後，上傳圖像的主要方法便是直接上傳到電腦然後再到網路上的博客網址。從我們的問卷資料來看，96%的受訪者表示他們直接上傳圖片到電腦；56%受訪者表示他們會利用藍牙技術上傳圖片；48%受訪者表示他們使用手機本身作為一個照片庫；20%的人表示有時會列印圖像。這意味着，我們在2007至2008年進行的試驗性研究為香港用戶如何應變現有的技術和軟體提供了寶貴資料。據稱，香港目前有3,383,440用戶，佔總人口的47.72%，這是一個比美國更高的比率。²

在這篇文章，我們將聚焦博客空間裏的材料，以及用戶對於素材的審美評價，從這些評價中可以看出他們的重視程度。在一般情況下，很多使用者對手機的圖像表現一種矛盾心理：預知低品質或對這種低質及隨之而來的否定但又接受（「我很清楚……但都是一樣

的……」)；所以博主表明：

其實都想影靚少少，但係用手機影唔到呢~更何況係開緊工，唔通停晒手喺度玩影相啫~呵呵

通常，手機拍出來的照片雖然質素欠佳，但是頗能捕捉剎那間的動態；而解像度低令畫面尚欠清晰，不過有時朦朦地又帶出一點味道出來。

唔知~~點解~~我覺得~~手機~影相相~~好似~靚 ddddd~有feel~~

眾所周知，手機圖片的品質很差，所以使用者經常為此表示歉意。例如：

因為沒有帶相機出去，所以下面d相都係用手機影的~質素麻麻地，請見諒~

唔好意思……因為係手機……所以唔係咁好

真係太多雲喇，又淨係用手機影！影得唔好唔好見怪

昨天晚上吃的(手機相片，請多多包涵)

從另外一個方面，用戶對於手機的技術可能性有一種驚奇，尤其是對於其靈活移動性，可以在從前不可能記錄的情況下拍攝圖片。因此博客主寫道：

嘩~~~科技真係日新月異~~~估唔到，一部細細嘅手機仔，竟然可以影到咁靚嘅相，兼且做到咁多效果！

大家見到個貼紙相機可以用紅外線send相去手機……好似發現新大陸咁癲咗係咁隊個電話埋去

當沒有較高解像度的數碼相機，或相機的電池用完或記憶卡已滿的時候，手機往往成為相機的替代品，例如：

影完一兩張後，部機真係冇電！都係要用手機影！唔理喇！狂影

今天相機壞了，所以用了低像素手機影，質素差D請見諒

對技術的驚喜與快樂也伴隨着對設備本身喜愛之情——所以一位用戶寫道：

去深圳嗰陣用手机影的！！都唔記得有張咁嘅相啦！！！好有成就感啊！！第一次部傻瓜手機可以影張完全唔使P嘅相出嚟！！！GOOD！！好爭氣啊你親愛的傻瓜！！！

對設備的喜愛，很明顯也延伸到了對圖像本身。如果手機中的相片因為用戶一時的興致或者想像而產生，而用戶認為這些相片只簡單地擁有短暫的價值，那麼這些照片自然很快就被遺忘，人們重新觀看或整理相片的興趣都不大。但我們的問卷受訪者對於回顧、分享和保存他們的圖像顯得堅定不移。92%的受訪者表示至少在某些時候他們會重看這些圖像。

分享極為常見，所有受訪者表示他們曾經這樣做；大約有三分之一的受訪者表示一向都會分享圖片；另三分之一的受訪者表示經常分享圖片，剩餘的三分之一受訪者表示有時候會分享圖片。

編輯圖像較回顧、分享或存檔少見，但仍比預期多，74%的受訪者說，他們曾經編輯圖片；20%的受訪者說他們常常會編輯圖片；16%的受訪者說他們通常編輯圖片；28%的受訪者說他們有時會編輯圖片；36%的受訪者說他們很少或從未編輯過圖片。

用戶尤其堅持會保存自己的照片，60%的人說他們常常會儲存照片，28%的人說他們通常會這樣做，只有12%的人表示他們很少或者從未保存過照片。

每個人都曾經和朋友分享過圖片，76%的受訪者表示和網友分享圖片；68%的受訪者表示和家庭成員分享圖片；60%的受訪者表示和男女朋友分享照片；只有48%的受訪者表示會和同事一起分享圖片。

當我們採訪用戶的時候，覺得最有趣的事情就是使用者評價圖片時的用語。我們找到特定的模式以及使用者用來描述圖片拍攝及當時

環境的術語；我們稱之為「本地感知」，它屬於在上文已經提到的「一般感知」(Grace, 2010)，用戶的表達能力提高，描述情感狀態、意識也增強，這與資訊超載引致麻痺作用的論點正好相反。接下來我們將解釋以下關鍵術語的使用模式，例如無聊——拍攝圖像時經常處於的狀態、遊蕩、無所事事或在一些重要的場合之間的空檔；得意——可愛、有趣、顯眼的；靚——一般意思就是說漂亮、品質好(另外其他的變體，唔靚——不漂亮或者好靚——好漂亮)。我們還將介紹不同博客類型以及博客空間本身的視覺特徵。

在一般情況下，圖像經常都和這種無聊的狀態相關聯，或者就在這種狀態下產生。這幾乎是一種作白日夢的狀態——目光游離，可以被吸引到任何事物上，比如被「得意」的事情吸引，然後提出有意識或者無意識的評價，如靚、好靚，或者唔靚。這就構成了現在流行的創意結構，令人難以區分藝術家和非藝術家。以下我們會舉例說明拍攝圖像的兩個「特殊場合」：一個是通常利用手機拍攝圖像的場景(颱風)；另一個則是於香港通常不用手機拍攝的場景(婚禮)。然後，我們也會比較一般拍攝場景以及使用者賦予圖像意義的博客空間設計和佈局。我們比較博客的特定類型(如寵物博客和嬰兒博客)，並討論其意義。我們覺得手機令用家捕捉瞬間，賦予意義給日常生活。

然而，在考慮手機圖像以及其產生背景時(香港)，我們也要談及時間和事件：那些意義依附着的無數場景，以及圖像對構成這些時刻的作用。一般來說，手機的圖像，不僅記錄特殊的場合，更重要是記錄平凡的場合和生活，並且賦予它們意義。「正在這個時刻」表示更多的圖片拍攝……正如我們上面討論，無聊的狀態是一種分心的狀態，也是一種漂流狀態，使用者以聚精會神以外的另外一種方式去觀察。正是在這種狀態，我們應該密切關注，並以一種哲學和辯證的方向，去解釋它們。

Lefebvre的時刻理論和我們的討論是極有關聯。Lefebvre認為時刻與一刻(無休止的重複)是不同的。為了加以區別，他喜歡將自己與Bergson區別開來，堅持時刻的非連續性，反對Bergson哲學所主張的，被他稱之為「無形的心理連續」理論(Lefebvre, 1961; 2008: 342)。我

們認為時刻因為其非連續性，而與先前的時刻區分開來，時刻因而是獨特的，而相對來說的一刻，可以被看作是「任何時刻」。

Lefebvre認為空間是社會空間，因此，時刻就是「完全實現可能性的企圖」，它是「個人及自由慶祝的節日，是一個悲劇節日，因此也是一個真正的節日。目的不是要讓節日在世上消亡，或消失於平淡無奇的世界中，而是使之與日常生活結合。」(Lefebvre, 2008: 348)

對於「實現可能性」的興趣也可能只是一種與Deleuze「潛在性」相關卻不同的烏托邦理想。Deleuze描述過這種潛在性，並不是烏托邦式，而是一種等待耗盡的狀態，並且他看到發生這種情況的四種方式——策劃全方位的事件、令流動的聲音停滯、降低空間的潛力以及耗散圖像的力量(Deleuze, 1997: 161)。

對於我們來說，Deleuze (1997) 論文中最有價值的部分是對圖像屬性的談論，因為他精確識別出圖像的潛力，而這些潛力可以應用到手機圖片等短暫圖像。Deleuze寫道：

一張圖像，處於空間之外的虛無，同時脫離文字、故事和記憶，積累異乎尋常的潛在能量，可用於引爆和自我消亡。對於圖像，重要的不是貧乏的內容，而是瘋狂且準備爆炸的能量，這是為什麼圖像從未持久(Deleuze, 1997: 160)。

雖然Deleuze對圖像的很多推測涉及電影和藝術，旨在產生持久的圖像，但圖像的爆炸感，以及其消散模式明顯更適用於使用者創建內容的日常圖像。甚至當這些「爆炸」開始時，例如一個YouTube片段的極速擴散，曝光耗盡並且迅速蒸發，然後被下一個爆炸取代。為了感受產生這種可能性的能量泉源，我們須要更加密切地關注無聊狀態下所產生的圖像，就是我們所說的處於時刻和片刻之間。

工作與非工作

在香港生活，人們經歷極度擁擠、噪音、奔波、長時間的工作，³過度刺激的感覺中樞、持續需要受關注。這些生活經歷使得平凡、平

淡和乏味並不是沉悶的「虛無」，而是一種減少外部刺激，還原至虛無的狀態，從而可以忽略外邊刺激、創造空間、稍作休息。我們把這種狀態稱為「視而不見」，⁴它和「漠不關心的態度」有相似之處。Simmel在 *The Metropolis and Mental Life* (1903) 中記載，關於保護內心世界而抵制大都市主導的小策略。Simmel認為城市的特徵在於金融與貨幣經濟、知識分子佔主導地位，因為金融，貨幣經濟與知識分子都有共同的特點：

在對待人和事上實事求是的態度，往往結合形式上的公正與一成不變的固執。而金錢是對所有人來講都一樣的東西，比如將不同品質和個性量化成可交換價值。(Simmel, 1903)

我們不能臆斷歐洲知識份子內在和外在的生活，以及私下和公開是否有同樣的心理對比，因為歐洲世界的生活並不是二元分立，而是更加受到形式和觸覺之間，形式與無觸覺以及既沒有形式與觸覺的多重世界不同關係的影響。但是我們可以認同Simmel，金融經濟通過不斷的量化，似乎漠視所有區別。

日常經歷的某刻，尤其是事件之間的空間，也許會莫名地出現一種「有趣的」(得意)狀態。這種狀態更適合以簡單設備捕捉，這樣對事件的干預或者物體的空間影響更少。這些不重要的事件、時間、空間和態度，是無聊這個術語的一種詮釋。我們的受訪者普遍也會使用這個術語來描述他們拍攝圖像時的心情。大眾媒體付出相當大的努力去吸引香港人的注意，直接介入到他們的視聽空間。以至於非策劃的隨機行為，可以是一種隨意的決定，不能完全預測，難被市場策劃的管理技術控制。

手機似乎特別吸引不可拍攝的領域；Bourdieu曾經說因為拍攝需要與拍攝場景相連，所以可拍攝領域不可能被無限延伸，(Bourdieu, 1990: 34)，而我認為這些固定的「不可拍攝」領域會限制拍攝的目的。從目前的研究來看，確實可拍攝的領域可以被無限延伸，任何分散人們注意力的，有趣的事物都充滿無限可能，多種多樣的拍攝場合也可以被創造、製作和練習。人們總是認為香港人是忙碌、高效、多產的，但是個人不可能一直高效；精疲力竭、心不在焉、乏力、麻木、懶惰、無

聊、倦怠通通都會出現。如果一個人很忙碌，產出卻很少，那麼這種狀態也可以被稱為無聊。

這種傾向在上傳到博客的圖片中有跡可循，賦予香港這一成功的國際城市另一形象，也展現了空間的矛盾性。在一個名為「我的工作崗位」的博客中，博主表達了對工作的厭倦感，並且從面向以及坐在工作枱上的角度，拍攝了一系列自己的工作枱照片。



將這些圖片上傳到博客，這是一個博主可以主動選擇的空間，而這在索然無味的辦公室工作中是無法實現的。所以將一個畫有時下動漫電影的奇幻壁紙作為背景，以一種「有趣性」或(得意)感覺，與平庸日常的辦公室生活形成強烈對比。

但是即使在此刻此景，無論是結構還是態度上，通常我們所謂的無聊更加容易被認為是得意，特寫鏡頭中央的仙人掌圖像隔離出一種空間生活感。



在另一博客，新成立的公司內部工作人員利用手機記錄了一段舞獅表演。這段表演寓意是要給剛開張的新生意帶來好運及財富。但從這個工作人員的角度看，該公司的前景和儀式表達的樂觀主義並不相關，卻可以從博客標題中預測公司前景：醒獅採青，臨死打齋。為了避免被認出，博主模糊了同事的臉，隱瞞同事的身份來加以保護。這些工作場所的視覺評論比較少見，但這些圖片卻展現了香港的另一面，是成功全球城市的官方形象以外的紀錄。

普通工人的工作經驗並不符合成功和繁榮的想像，工作場所成為例行公事中可以遐想日常生活片段的空間。有一個博主想像自己可以不受勞動時間的約束，到達視野的邊際，並在手機本身的技術限制下拍攝了一張圖像。從這種情況看，手機本身是記錄這樣一個時刻的完

美工具，因為其技術限制反映出用戶對於自己現狀和前景的評價。儘管如此，在這深刻長遠的表達中還是充滿着詩意/平淡無奇的想像：

藍天白雲

窗外一望無際，工作心不在焉，盼置身藍天下，感受夏日氣息……只是手機照片，質素角度欠佳……

在香港的工作，也包括了出差到大陸工作。大陸是香港本土企業的生產基地。所以一個博主寫到她的丈夫在四川惠州（另外一個電子產品生產基地）。

惠州日落

老公仔往惠州公幹，以dopod手機在工廠門口影的日落~雖說是手機照片，有這質素算相當不錯呀！

日常節日

「目的不是要讓節日在世上消亡，或消失於平淡無奇的世界中，而是使之與日常生活結合。」(Lefebvre, 2008: 348)

Lefebvre提出的將節日和日常生活結合的這種想法，尤其可以在香港的流行文化、禮儀和日常生活中見到。香港有60間天后廟供奉道教女海神，所以這一點都不奇怪，香港人對颱風威力有着深厚的文化意識，尊重颱風的力量，並且在這些場合中，對既定模式報以常規回應，而這種反應不一定是恐懼，而是享受，並被空間甚至次文化包圍。當8號風球警告信號在香港發出後，人們收到指示便停止工作，下班回家，而證券交易所也停止交易；之後颱風的進展會被仔細追蹤，通常訊號從3號轉為8號之前，還會有數小時的警告。一般來說，即將到來的颱風如果不是伴隨着過節的感覺，就是有着度假的感覺。而如果颱風突然改變了方向，就會導致混亂。2008年8月，好幾個博客記錄了颱風「帕布」意外襲港而導致的交通混亂。



看着這些圖片，有一種沉浸在事件中的感覺，並且取景也是動態的，避開水平組合，使用了更多富有張力的對角線。

儘管這些是靜止的快照，然而從博主觀察時發佈的評論中，卻發現有一種正常通訊中斷時的特殊性：因為系統超載，手機不能正常打電話，所以手機幾乎成了相機。正如一個博主寫到：

帕布先生？定係蝴蝶小姐？通常呢d時候，手機多數係打唔出電話……

於是唯一嘅用途就係用嚟影相！！！！

這事件像是一個假日，為了將不舒適轉換成另一種現實。我們的目的也顯而易見，直觀地用各種圖片記錄下這些對全球城市常規慣例的改變和破壞，並將圖片上傳到社交網站上。這顯然是一個可拍攝的事件，正如另外一個博主證實：

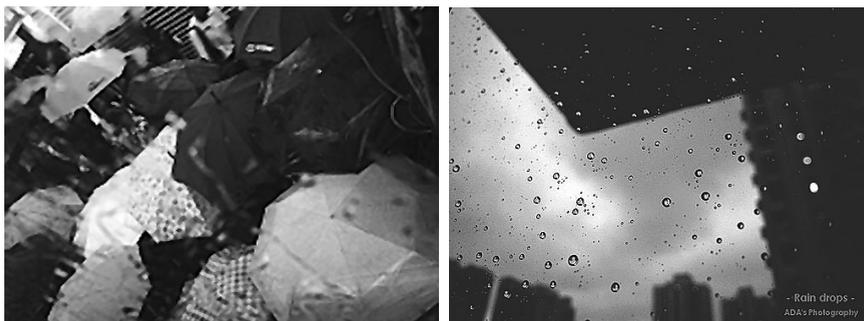
8號波高掛的金鐘地鐵站——人多到爆！！！！



不過唯一苦中作樂嘅係好多人都順便用手机 OR 相機影吓相

利用「時刻」觀察四周可以發展出日常的創造力。另外一個博客主並沒有因為回家延誤的不便而感到苦惱，坐在舒適的空調巴士裏，因為拍攝的圖片而身臨其境，開始深思，並識別出其中的活動模式。

雖然塞車，但能安坐冷氣車內，用手机影街景已是最佳的回家方法。



這些圖片還需要一些後期製作：加上標題，遵循攝影慣例，構圖規則以及選擇焦點，這些視覺訓練超越設備本身的功能性。

婚禮

一個博主發出一些隨意的婚禮手機相片和評論：

大日子嘅照片首度曝光——鳴謝 KIS 贊助手機相片

首先要鳴謝 KIS 贊助手機 snapshot 相片，其餘由攝影公司沖曬嘅就要下星期先有得睇啦~！

婚禮是 flickr 網站上最流行的標籤，但是在香港博客中，使用手機記錄婚禮並不流行，這是可以理解的，因為在香港，人們認為婚禮的錄像製作是一個精心製作的過程，包括在儀式之前，在人前模擬預演。Flickr 是一個公共網站，可以看到攝影師和攝影隊、化妝師以及婚宴成員，根據個人自度的場景和本地慣例習俗，打扮和擺出姿勢來表現對愛情和個人幸福的理想。這些微型短片大多在景點拍攝，比如文物建築（最新是尖沙咀廣東道前香港海軍總部的文物重建 1881）。

這些視覺作品，會連同新婚夫婦愛情故事的敘述以及流行粵語歌曲一起，在婚宴(通常是早上行禮後當晚)展示給賓客看。在香港，婚禮策劃、婚紗攝影和錄像生意十分發達。箇中原因，Ma (2006)和Cheung (2006)⁵已有通俗易懂的分析。馬教授認為這些婚禮處於他所說的「都市意識」中：一種視覺書寫的意識，伴隨社會和文化的轉型和對自行改革生命工程的想像，尤其是出現在城市變形的集體渴望中：

一個工人獲得了一筆財富，開始自己做生意；一個女工燙了頭髮，穿着時髦的牛仔褲，並嫁給了一個有錢男人；辦公室的男孩，腳踏實地努力工作，成為了億萬富翁……「我」可以成為另一人，這便是「都市意識」。(Ma, 2006: 69)

在這種想像中，婚禮儀式依據不同的視覺能力和經濟實力水準而得以實現。馬教授觀察到了一種趨勢：對於那些經濟實力不足和城市生活經歷較少的人，他們仍然希望可以將願望視覺化，他們可以融會田園與都市兩種風格，以視覺能力為載體，並且擁有在婚禮這樣的儀式上的計劃，特別在視覺場面，比起那些有能力人士，更加精心安排婚禮儀式。

因為有感缺乏文化，或有躋身上流的強烈欲望，對婚禮的想像成了實現自己人生計劃的一種視覺方案。(Ma, 2006: 69)

借鑒Jean Rouch的很多著作，例如*Les Maitres Fous* (1953–54)、*Jaguar* (1954–65)和*Chronique d'un été* (*Chronicle of a Summer*—with Edgar Morin, 1962)，Sidney Cheung理解這種婚禮錄影——帶有實錄電影特性的「互動性文檔」的製作，在「接新娘」儀式中，他專門分析了這一點：這是一種新郎被戲耍的儀式，新郎和他的「兄弟」去到新娘家且按照習俗討好新娘的「姊妹」。張認為在香港這種時刻改變的日常生活中，視覺化改變了本地的儀式。融入了社會習俗的視覺化體現了對理想生活的計劃。Cheung (2006)是少有研究婚禮短片的學者，他發掘出其中深刻的文化意義，並且將它放到規範的傳統紀錄片中加以研究。

作為一種特別的視覺化現象，婚禮儀式對於香港有着深遠的意義，因此婚禮圖片在手機個案中被邊緣化一點都不奇怪。因為人們認

為這種記錄活動並不是業餘實習，但在記錄正式而持久記憶的專業化圖像出現之前，這些低品質卻可以直接流通的圖片可以當為臨時記錄。

載體和視覺空間



在這對夫婦的案例中，業餘和專業之間的區別已經從頁面邊緣位置明顯看出來，基本未處理的宴會細節的圖像和這對夫婦的快照在底，更好的構圖和曝光的夫婦圖片成了博客的壁紙。（所以通常我們發現頁面的組成會選擇高品質的圖片，因為高解像度照片或向量圖像會吸引我們去看模糊、解析度低品質的圖片。使用者有意表現自己拍攝的圖片，並不是他們沒有意識到自己拍攝技術有限，更多的是想要表達他們有能力對品質做出基於專業水準的審美判斷。）

另外一個這種特殊選擇的說明——模糊圖像與向量背景的清晰度對比的例子，是下面這張來自寵物博客的圖像——這種圖片使用富有感情的特寫鏡頭，將博主與讀者在位置和視覺上都和圖片裏的動物緊密相連。



在這個案例中，博主也描繪出一種低層次的技術恐懼，他表達了多少有些令人吃驚的不情願，不使用新相機是因為害怕損壞它，因此在這種情況下，手機的替代地位得以顯現，而且使用更為方便。

一般感知

正如上文概述，用戶欣然承認對手機拍攝能力有一定程度的矛盾心理；一方面手機照片的圖像品質差，但另一方面，它又幾乎可以做到從其他地方無法獲得的效果。既是個人決策，彷彿也是一個機器意識的結果。一個博客主不認為圖像是由技術決定的，在「相·由心生」的博客標題中，他堅持圖片以人類製作能力為主導。但是，通過對圖像的觀察，不得不承認不僅是分享圖片的可能性，還是圖像的品質好壞，都需要一定的技術投入，一個用戶寫道：

因為科技帶來的方便令更多的朋友可以看到我拍下的東西。每當得到朋友的讚賞，令我更有推動力去亂拍。跟現世代的手機比較，它的像素真是少得可憐，但我可以告訴你我最愛它拍下的質感，那種粗糙的美往後我再找不到。

在面對全球品牌的電子消費設備帶來的技術滿足時，香港人在使用本地設備時候也有民族自豪感，因為有極高比重的全球品牌在本地生產——深圳邊境，從香港去行程不到一個小時。儘管從當地開始，這些設備就被打上全球商標，並且替代本地品牌設備進入一個不同的全球流動空間，但是本土品牌和山寨品牌會重新部署和調入勞動力和創造力。正如一位博主寫道：

流浪自擁有祖國出產 Tian Yu 手機之後，多了創作靈感和空間。除了上載速度凌厲的流浪博客，在流浪個人生活藝術發展中，LOFI 攝影是不可缺少。

如果颱風或婚禮屬於特殊場合，那麼大多數手機的圖像則顯得非常普通和平凡。博主可能有一個記錄所有日常生活細節的小「相冊」——寵物店，店裏有籠中的動物、黑板、從住所窗外望出去的山景、掛在外邊繩索上的衣服、中國新年前的大掃除，中秋節從大廈窗外看到的滿月。圖像也因公共事件產生——流行音樂會（官方不允許錄製），使用小圖像記錄事件，展示使用者在場，而不只是場面本身（音樂會的照明或技術規模遠遠超過觀眾的技術），通過拍攝來展現這種經歷。另一位博主描述了拍攝圖片時的無聊狀態：

另一個幸好是情人節那天悶蛋送了那部手機給我，於是這兩天當我感到又無聊又辛苦的時候便拿手機出來把玩，所以時間也就在感覺上覺得不太難過了。以下和大家分享一些今天用手機拍的年花。

另外一個博主拍攝了自己生病時候所服的藥物圖片，傳統快照不會記錄，因為傳統只會拍攝快樂時光——Bourdieu 所說的「家庭習俗」。有時候記錄一些身臨其境的體驗，如香港的六四燭光晚會；當然也會記錄一些微不足道的決定時刻，如「我應該穿哪雙鞋呢？」



一個博主記錄了自己每天乘巴士的經歷，他寫道：

6.3.07 乘 796X bus come home 時，從車中看到的風景：舊機場工程、車途、樹。

在這個案例中，城市公共交通活動的圖片，傳達一種不尋常感，抽象、模糊了城市空間性。而城市公共交通活動的圖片與室內植物圖片並列放在一起，讓人感到日常生活彷彿靜止了。柵格化圖像和向量背景/博客空間壁紙的對比使得這些動與靜、內部和外部間的對比更加複雜。而博客牆紙使用了一個漫畫圖像，比起未經編輯的外部轉換和內部現實的圖像，更能展現出浪漫和理想化的日常生活。在這些佈局的共同結構中，日常生活也在假想的空間中靜止。



動畫生活

對於圖片和文本的使用已經形成了新博客類型，對日常生活的新敘述也和身處所在相關。這些敘述包括幻想、欲望和實現希望——渴望愛情，婚姻和子女。所以可能會從一個新生嬰兒的角度來寫博客，例如：

爸爸是攝影愛好者，在拍照時，他花了很多心思。媽媽發現手機拍出來的照片可以給他們帶來特別的感覺。⁶

還有一種類型的博客，全部都是代入式圖片以及完全從貓或狗的角度書寫的博客，這些動物和博主一樣，也處在公寓的狹小空間內。在手機大特寫鏡頭的隱秘下，達到一種特別的視覺能量和強度。

在香港住宅的本土環境內，寵物和人一樣受制於空間，也會受到任何環境和外力的擺佈。所以人類和動物之間存在一種連貫性，只是在這裏功能被部分逆轉：人變成動物，變成長時間工作下的牲畜。所以儘管照片中都是動物，卻可以告訴我們如何建立輕鬆的親密關係和友誼，簡單地生活。

如果是這樣的話，圖片應用是講述動物倫理的重要組成部分之一，並且功能成為環境哲學下認知自然價值的主要模式(Ito, 2008)，當然也很明顯大自然的表面馴化在業餘和日常拍攝寵物照片最易看到。

正是家居空間中這種「自然」的存在，於動物倫理的普及擔負關鍵角色，正如人類和動物生活在同一空間，化解自然與文化間的常見區別，挑戰視自然為「他者」的傾向，並認同Latour的論點，即「生態學並不是重視自然和其利益或目標，反而……那是思考一切的另一種方式。」(Latour, 1998)

在嬰兒博客中，博主會以一種特別的驚奇感覺來描繪「小動物一般的人」。通過大特寫記錄嬰兒臉部不斷的微小變化，我們驚奇發現大特寫鏡頭下最神奇部分。但現在這裏不是一張明星臉，一處發光的但難以觸及的景觀，也不是一個構想的親密投影，而是一個誕生的新星，由用戶自己創造的明星，一個新的宇宙中心，一個歡樂的源泉，就像父母愛的目光注意孩子無盡的情感變化，讀懂他們想要行動的信號(饑

餓、困擾、第一個微笑)，這些都是神奇的圖像！當這樣的圖像第一次在電影中出現，觀眾們不禁驚歎人臉的豐富性和表現能力。

現在，同樣驚奇的經歷不需要遙遠的明星臉和巨大的電影屏幕，只需要手機的微型屏幕捕捉到無盡的時刻和作為投影器的博客或社交空間。如果電影是以畫面和畫面的線性編輯作對比，那麼網上生活，則以手機構圖和變化屏幕角度去扭曲比例或表達視點。

香港作為全球金融城市的形象，強調高度生產的經濟價值，卻被這些展現生活無限可能的圖像沖散。以非物質美學的觀點，這種生活和過度生產中的理性效率互相矛盾。我們稱作「短暫價值」的產品，幾乎沒有任何經濟效益的奇怪東西，並沒有被金錢量化，人們在這個拒絕量化的的小空間內生活。

結論

在這篇文章，我們為手機圖片以及使用者創建內容的意義，提供了大致的理論框架，用以描述了手機照片的興起，並識別出相關使用以及審美態度模式。在民族學研究的基礎上，我們關注使用者拍照實例和手機使用的情感/情緒評論。我們認為，應該更審慎地對待這些材料，因為日常生活的錯綜複雜只會在這些實例中得以顯現。在強調用戶特定的審美選擇以及在日常使用中出現的模式，我們認為手機圖片的文化內涵必須強調美學和情感在日常生活中發揮的作用。通過這個研究，我們觀察到一些日常創新表現形式的細節，而這些細節，往往是不少強調設備和理性選擇的研究所忽視的。此外，我們注意到日益普及的新現象：高度分散的美學，挑戰藝術形式既定的傳統特權，表明使用者創建的內容正在扭轉一些主流社會的假設和結構。

註釋

1. 研究初期，facebook還是新興媒體，擁有全球3,000萬使用者(Sarah Phillips, 2007)，現在已經有五億的使用者(Mark Zuckerberg, 2010)。
2. Socialbakers, 2010, Hong Kong Facebook Statistics
3. 工作時間如此之長，以至於我所在大學的一個高級主管反對將「加班費」加到預算中，因為超時工作實在太普遍了，因此不需要再有額外津貼。對於一個沒有最低工資的城市，許多員工將時間貢獻給僱主是很普遍的。最近為了「保護香港投資者的長期利益和投資意願」，香港的廠主否決了一個由內地NGO提出的計劃，主要因為該計劃允許廣東員工可以就工資等問題進行勞資雙方談判(Denise Tsang, 2010)。
4. 非常感謝 Au-Yeung Shing 可以洞悉這種狀態，並且告訴我這個關鍵的廣東文化情感，這在英語中難以表達。
5. 這兩篇文章都出現在特刊，亞洲 Visual Anthropology on weddings in Asia，大量研究都涉及美國的婚禮，(Geller, 2001; Freeman, 2002; Ingraham, 1999; Otnes & Pleck, 2003)，但至今，對於亞洲儀式和視覺實現的日益多樣性與複雜性的研究卻較少，(因為可視性是實現這種日常壯觀場景的主要領域)。除了 Visual Anthropology 特刊，也可見 Adrian, 2003)。
6. Chan Sum Yee 擔任了所有評論的翻譯工作，在此感謝她對這個研究項目(2007年5月至2008年3月)的協助。

參考文獻

- Adrian, B. (2003) *Framing the Bride: Globalizing Beauty and Romance in Taiwan's Bridal Industry* (Berkeley: University of California Press)
- Bourdieu, Pierre. (1990). *Photography: A Middle-Brow*. Cambridge: Polity Press.
- Burgess, Jean & Green, Joshua. (2009). *YouTube*. Polity.
- Burgess, Jean. (2006). Hearing Ordinary Voices: Cultural Studies, Vernacular Creativity and Digital Story-telling. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 20(2), 201–214.
- Cheung, Sidney. (2006). Visualizing Marriage in Hong Kong. *Visual Anthropology*, 19(1), 21–37.
- Deleuze, Gilles. (1997). *Essays Critical and Clinical*. University of Minnesota Press.
- Geller, J. [2001]. *Here Comes the Bride: Women, Weddings, and the Marriage Mystique*, New York: Four Walls Eight Windows;
- Freeman, E. (2002). *The Wedding Complex: Forms of Belonging in Modern*

- American Culture Durham, NC: Duke University Press;
- Goggin, Gerard. (2006). *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*. London and New York: Routledge.
- Grace, Helen. (2010). 'General Aesthesia': Mutations of Value and Cognition in New Media Practices. *The Information Society An International Journal*, 3 & 4, 256-265.
- Green, Nicola & Haddon, Leslie. (2010). *Mobile Communications: An Introduction to New Media*. London: Berg.
- Haddon, Mante, Sapio, Kommonen, Fortunati & Kant. (2005). *Everyday Innovators: Researching the Role of Users in Shaping ICT's*. Springer.
- Hong Kong Facebook Statistics. Socialbakers.
September 25, 2010 from <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/HK/>
- Ingraham. [1999]. *White Weddings: Romancing Heterosexuality in Popular Culture* London: Routledge
- Ito, Mimei. (2008). Seeing Animals, Speaking of Nature Visual Culture and the Question of the Animal. *Theory, Culture & Society*, 25(4), 119-137.
- Ito, Mizuko, Okabe Daisuke & Matsuda Misa. (Eds.). (2005). *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Katz, J. E. & R. E. Rice. (2002). *Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement and Interaction* (pp. 114-38). Cambridge, MA: MIT Press.
- Koskinen, Ilpo Kalevi, 2007, *Mobile Multimedia in Action*, Transaction Publications
- Latour, B. (1998). To Modernise or Ecologise? That is the Question. In B. Braun & N. Castree (Eds.) *Remaking Reality: Nature at the Millennium* (pp. 221-42). London and New York: Routledge.
- Lefebvre, Henri. (2008). *Critique of Everyday Life: Foundations for a Sociology of the Everyday (Vol 2)*. Verso.
- Leung, Louis. (2009). User-generated Content on the Internet: an Examination of Gratifications, Civic Engagement and Psychological Empowerment. *New Media & Society*, vol 11(8), 1327-1347.
- Leung, Louis & Ran Wei. (2000). More than just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(2), 308-320.
- Ling, Rich & Campbell, Scott, W. (Eds.). 2009. *The Reconstruction of Space and Time: Mobile Communication Practices*. New Brunswick, NJ: transaction Publishers.
- Ma, Eric. (2006). Realizing Wedding Imaginations in South China. *Visual Anthropology*, 19(1), 57-71.
- McQuire, Scott. (2008). *The media city: media, architecture*. Los Angeles, London: Sage.

- Negus, Keith, Pickering, Michael. (2004). *Creativity, Communication and Cultural Value*. Sage.
- Nyíri, Kristóf. (Ed.). (2006). *Mobile Understanding: The Epistemology of Ubiquitous Communication*. Passagen Verlag.
- Otnes & Pleck. (2003). *Cinderella Dreams: The Allure of the Lavish Wedding*, University of California Press)
- Pertierra, Raul. (Ed.). (2007). *The Social construction and Usage of Communication Technologies: Asian and European Experiences*. The University of the Philippines Press.
- Phillips, Sarah-A.(2007,July25) Brief History of Facebook *The Guardian*. Retrieved Septemter 25,2010,from <http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia>
- Rose, Gillian. (2010). *Doing Family Photography: The Domestic, The Public and The Politics of Sentiment*. Ashgate.
- Simmel. (1950). The Metropolis and Mental Life. In *The Sociology of Georg Simmel*. New York: Free Press (pp. 409–424).
- Tsang Denise (2010,september 24). HK Bosses Rule out Debate on Labour Reforms *South China Morning Post* 2010–9–24 B1
- Zuckerberg Mark (2010,July21). 500 Million Stories Blogpost. Retvieved September 25,2010,from : <http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130>

本文引用格式

Helen Grace (2012)。*〈圖像和親密屏幕：流動性與手機照片的日常性〉*。《傳播與社會學刊》，第 21 期，頁 79–104。