

我們一樣，都「喜歡攝影」。 但重點是，你想「拿攝影做什麼」？

圖文：吳嘉寶

對！你我都喜歡攝影，因為攝影（照相）真的是一種「立竿見影」的遊戲。尤其數位時代，相機對我們「按下快門」這個動作的回饋，既即時，更賞心悅目。不只如此，攝影所得的照片還能夠當做我們感官記憶的備胎，填補我們生活經驗中容易疏漏的各種細節。換句話說，攝影行為所得的影像，不僅幫我們

複製感官經驗，更是我們的記憶副本。就「行為所得」的形上回饋而言，攝影顯然比享受美食、美酒、釣魚、騎車、登山等休閒活動相比更具優勢。

正因為攝影和人們的感官與記憶關係密切，攝影企業和發明家自然要孜孜不倦地研發，如何讓攝影所需各種器材的性能更能貼近人類生活。越來越輕薄短小、越來越全面自動化、越來越不需物質介入，自然成了所有攝影器材無止境地精進演化的標竿。今天（2016年），不論性別、年紀、教育程度，人人只要手上有一台智慧手機就可以恣意攝影擁有影像。換言之，就形下的「行為所需機具技術」條件而言，攝影顯然比廚藝、賽車、游泳、旅行等活動，更能輕鬆自力完成，不需倚靠貴重機具與複雜操控技術。

上述內外條件兼具，恐怕就是 1839 年攝影術發明以來，不管是哪一個時代普羅大眾都容易喜歡上攝影的主要原因。

正因多數人都是在年輕時就喜歡上攝影，而攝影術又以極速精進進化，因此多數人腦海中對攝影術的認知，往往都停留在自己當年認識攝影時，攝影在那個時代外顯樣貌的刻板印象。

正是：「你入門攝影時攝影的樣貌，恰恰成了你對攝影想像的極限」。

因此，我們會看到這樣的情境在生活中真實上演：當九年級的新生代說他想學攝影時，二年級的老爺爺會問：「你是想開照相館嗎？」四年級的媽媽



會問：「你該不會是想開彩色沖印店吧？」五年級的伯伯會問：「你想進報社當攝影記者嗎？」六年級的叔叔則問：「難不成你想當攝影藝術家？」當然，那些從攝影學會入門，只有在週末才出去拍照的大人們，心裡肯定會想：「攝影只能拿來調劑身心啦！想拿攝影當飯吃？肯定會讓你吃不飽餓不死！」殊不知，九年級的哥哥想學攝影，是準備要在網路社群上幫跨國企業做精準的網路行銷。

其實，從攝影術誕生以來，人們一直無法看清楚「攝影的真相」。一直以來，人們都以為攝影是一種有別於會計、律師、醫生之外的一種新行業，認為想學攝影就是為了進入「攝影」這個行業。甚至數位科技進入攝影之後，「影像數位化技術」都被誤解稱為「數位攝影」是一個全新的攝影品種。這些錯誤認知，都是因為人們被攝影行為所需的種種機具材料的繁複以及操縱這些機具材料所需的複雜製程與技術蒙蔽，長期誤解了「攝影的本質」，也就是關於「攝影術之於人，是為何物？」的深刻思考。

這種誤會，其來有自。

從形上的角度來看「攝影的本質」就是取得影像（高密度視覺訊息）所需的一種資訊科技。從資訊科技的角度來看，攝影也是隨之而來的電影、印刷、電視、傳真、複印、衛星轉播、閉路電視、遙感探測、醫學影像等各種資訊科技的母體。但由於早期社會（二十世紀中葉以前）人與人間訊息傳播需求較少，高密度訊息傳播機制與工具也不發達，攝影的本質一直被它的形下的外觀覆蓋遮蔽。攝影的形下外觀不只是攝影操作所需的機具材料與操控技術，亦包括了攝影鏡頭前方的被攝事物狀態 (State of matter)。前者是在攝影棚內拍攝人像或商品、物件的專業攝影師的保護門檻。後者，則在相機小型化與紙本傳播媒體開始大量傳播密度遠高於文字的視覺訊息（影像）之後，逐漸培養出一批看似攝影專業，實為依附紙本傳播媒體專門「前往天涯海角尋找奇特事物狀態」的專業人才的保護門檻。換言之，自有攝影術以來，這三個條件一直是保護專業攝影師和紀實攝影師不怕工作被隨便搶走的保護門檻。



經歷了 177 年來攝影術不曾停歇的演化，2016 年的今天，數位科技的進步，幾乎人們取得影像所需各種機具、材料與製程、技術全面輕薄短小化、自動化、去物質化。當年包覆在攝影外層形下的「遮蔽物」（機具材料技術）逐一褪去後，人們終於清楚認知到「攝影只是人們取得、保存、交換『影像（高密度視覺訊息）』所需工具而已。」數位科技的進步同時推動了二十世紀八零年代以降人類文明進入知識經濟時代，不僅人類文明資訊成長以超過十倍速計，越來越密集的訊息交換本身也成為人們不容忽視的經濟體。

時至今日，人們取得影像所需工具與技術絕大部分都已全自動化，影像取得、保存、交換所需物質需求也抑制到前人難以想像極為低限的程度。不僅照相機被手機取代，相簿中永不消滅的一張張相片也變成螢幕上短暫出現後隨即消逝的影像。街頭立等可取的彩色照片沖洗店消失了，客廳茶几上厚厚一本的家庭相簿，也隱身在手機裡面。以往必須印刷在紙張上（報紙、雜誌、海報）才能進行的紙本訊息傳播，如今絕大部分都已被手機的 App、電腦螢幕上各式網頁的「網路傳播」取代。

人們終於明白：一如刀子、羅盤、溫度計、計算機，「攝影」就是取得影像所需工具而已，取得影像是日常行為，而非一種行業。既是工具，就意味著任何人都可在自身行業的職業活動中使用它。取得影像所需的技術不是目標，鏡頭前「被攝事物狀態」也不是目標。影像內容（即影像承載的訊息量）與影像內容深度才是攝影活動終極目標。

至此，由「攝影是為了取得影像」→「人人皆可輕易取得影像」→「影像承載的訊息深度（內容）才是攝影的真正目的」→「技術材料事物狀態都不是重點，影像內容才是重點」等四個層次所構成的「攝影真相」方才從原本的遮蔽與迷障中釋放，攝影真相終於顯露豁然開朗。

曾在德國包浩斯學院擔任基礎課程教授，著有「繪畫、攝影、電影 Painting, Photography, Film」(1925) 與「變動中的視覺 Vision in Motion」(1945) 兩部極重要的「影像（當時的新媒體）相關理論」著作的匈牙利藝術家 Laszlo Moholy-Nagy 拉若羅·摩赫利-納吉 (1895-1946) 早在 1923 年就



「未來的文盲，將是那些不懂得拿相機當筆用的人。The illiterate of the future will be the person ignorant of the use of the camera as well as the pen.」這句先知性預言。

當代社會完全實現了這句預言。

93年後的今天，人人都在臉書上發行 publish 影像，用影像書寫日記。商人政客在網路上精心設計影像內容，針對特定對象群精準散佈訊息，以操控對象大眾的看法與行為。不僅消費大眾對世界的理解主要來自網路訊息，更來自當下的影像直播，甚至消費者選購商品、食物、景點、旅館、租屋，甚至網路交友，是或否的選擇，全都倚賴螢幕上呈現的影像。



以全球為規模的當代社會早已超越「訊息交換本身就是主要經濟活動」的「知識經濟時代」層次，更進入以靜態與動態影像為絕對主流的高密度視覺訊息交換主導社會運作的視覺文明時代。可以說，人類文明進入 21 世紀的第二個十年，影像根本就像空氣陽光水一樣，如果沒有了影像我們恐怕很難想像當代社會機制要如何運作下去？

在這樣的社會運作機制底下，若消費者還停留在「影像能夠紀錄真實」、「眼見為憑」、「一張照片勝過千言萬語」、「有圖有真相」的誤解中，豈不與早期人類社會文盲一般，任憑懂得運用影像騙人的無良政客商人宰割擺布？

一如攝影術自身演進史的複雜且迅疾多變，攝影所得影像承載的訊息也是既直覺又曖昧複雜多變。「影像能夠再現某種視覺經驗，成為多數人認為的真相（的）紀錄」或者「影像能夠成為視覺美感欣賞對象」，的確是攝影術演進過程中曾經有過的階段。二十世紀八零年代以前攝影術或照片的確扮演過這種角色，也為人類文明積累了極大量視覺文獻。但伴隨著人類文明的進展，影像也逐漸擔任承載更深厚、更詭譎多變訊息、更叫觀者辯證思考、語意更擴散激發的角色。

今天，影像在社會功能上扮演的已經是「視覺思考物件」的角色。唯有如此，影像才能承擔起當代社會賦予的重責大任。

影像在當代社會中承擔的角色，不論從影像訊息發送端或影像訊息接收

端的角度來看，兩者都需要當事人對影像作為語言，影像作為思考對象、影像訊息傳播等「影像本質」的各種面向，具備深刻理解方能成事。弔詭的是，當代社會如此倚賴影像傳遞視覺訊息，消費大眾也如此倚賴影像訊息從事各種生活機能。但是大多數國家（恐怕不只台灣而已）的當代教育從小學的基礎教育到大學的高等教育，不僅看不到「如何運用影像書寫訊息」的課程，甚至連事關消費大眾應該具備的「影像訊息解讀」的課程也付之闕如。

至此，相信您應該能夠理解生活在當代社會的每一個人，建立起消費者對影像訊息的解讀，與訊息傳播媒體工作者運用影像當作文字書寫內容的知識系統是多麼的重要。「影像訊息讀寫教育 Photo Literacy Education」的時代早已來臨。在影像訊息讀寫教育的時代，你當然可以堅持依然只用照相機拍攝美眉、大景、奇觀或者紀錄你心裡認為的真實世界，甚或挖空心思用你的照相機進行類似博物學家「物種收集」似的進行你的「物象品種」的收集。今天攝影只是取得影像的工具。而取得影像的工具幾乎完全沒有門檻，人人都可隨心所欲自由為之。亦即，今天你已經可以用影像做任何事情。



當 Robert Frank, Diane Arbus 等人在 1960 年代前後就已經運用影像書寫社會評論，1980 年代「影像」一詞取代了「攝影」一詞，需要脈絡性訊息才可能成立的照片群取代了一張照片成為「一件作品」，2010 年代所有企業、政客甚至個人都努力在社群媒體裡面經營企業形象，主要靠影像說服客戶下單的網拍超過實體店面，影像書 Photobook 取代了攝影作品集 Monograph。

在這種影像可以幫你蓋摩天大樓的時代，你還覺得只要用影像扮家家酒，大家高興高興就好嗎？

吳嘉寶
2016.3.25 日本旅次