

以中間景觀做為新媒體研究的空間取徑：Instagram 的景觀初探

摘要

在社會領域研究中，經常將空間設為一種認知向度，用以觀察現代性與現代生活。本研究延續將空間當作一種認識取徑的傳統，用其觀察 Instagram 的空間模式語言及使用文化，並分析空間中的生產和個人感受，以探索液態現代性時期人們在新媒體空間活動的樣貌。本文乃探索性研究，首先回顧新一代傳播科技對社會空間和個人空間的影響，再勾勒將 Instagram 視為中間景觀的研究架構，透過訪談瞭解新媒體空間對自然層面（空間、時間、自我認識）的影響，以及空間對社會網絡（朋友、粉絲、廠商）的關係在造景後如何改變。

關鍵字：新媒體研究、空間取徑、中間景觀、Instagram

Using recreational space as spatial approach in new media studies :

The exploratory investigation of Instagram

This article attempts to explore the Instagram culture with theories of space, clarifying its nature structure as space, time and self-identity to analyze how users generate content and how user feel about being transparent. The research looks at three users whom have been followed by more than thirty thousand users. We also interview these three users to understand how fame changes social networks such as friends, fans and firms. The study concludes that spatial approach may open a door to observe the key features in the new media culture, which are consistent with those of liquid modernity themes.

Keyword: new media, spatial approach, recreational space, Instagram

鏡頭下的空間

近代社會全球化的趨勢可以看做現代性的空間轉向，全球化的具體過程影響日常生活中的空間意識，也造就複雜的意識形態景觀。在傳播科技的高速發展下，全球各地之間的空間距離再度大幅壓縮，各種文化景觀只消一個連結便可前往，全球化現象逐漸縮減成沒有延展度的點。如果傳播科技得以讓人類摺疊物理上的現實空間，那麼新媒體科技對於實現個人在精神上的幻想空間？假設新媒體有這種功能，我們如何分析現代人的幻想生活？如何觀察現代人在新媒體上的幻想行為？

從歷史來看，每一次科技的偶然性都為人類拓樸出新的幻想維度，語言的發明讓人得以透過溝通體察他人的意念，個人的幻想空間開始與他人的幻想空間即時碰撞；印刷的發明讓意念得以透過紙張乘載具有長邏輯、視覺畫面的幻想空間，並能流通於大範圍的現實空間，但紙張的物理重量讓它有頁數的限制，有了開頭與結尾這種完整的目的性，作家對文字精確度的要求也延伸出一種主觀化的客觀特性，啟蒙主義式的現代性蔓延入世，人類得以進入群體的幻想空間如黨派、國家、教團、民族、地球村……。新媒體對當代文明影響至深，首先，新媒體技術的普及化，實現了第四權下放個人的理想，媒體與大眾主次關係改變，個人掌握獲取資訊和發佈資訊的近用權，個人意見獲得賦予事物定義的合法權力，主動參與幻想空間的搭建。其次，新媒體技術發展的多元化，已讓其進步到乘載視覺、聽覺、觸覺甚至嗅覺感官的訊息，這些信號刺激也激發了當代幻想空間的多樣性。例如陳冠銘（2011）對複合式訊息的接受研究便指出，人在在不同的節奏之下接收同一首樂曲的複合式訊息時，會依賴其個別感官信號的可靠性分配各自感官接收的權重，依其排列出詮釋訊息的組合，所以接收複合式訊息相較於接收單一訊息，呈現出的刺激效果會更加個人化，此理可推，豐富的新媒體訊息會激發當代

個人幻想空間的多樣性。在新媒體日趨複雜的訊息環境中，圖片訊息是容易取得也容易發送幻想經驗的媒介，它所捕捉的是個人觀看日常生活的詮釋，如論攝影中所述：「被拍攝下來的影像比較不像對於世界的陳述，反倒像是世界的片段，或任何人都可以製作或獲得的現實縮影（Sontag, P. 2）」。

Susan Sontag 將大眾化後的攝影區分出三種現代社會用途，第一種是社會儀式，旨在紀念各種即將消逝的群體瞬間；當相機輕便化後，剛好配合全球化發展與國際旅遊盛行的時代，旅行中不帶相機似乎是不自然的，攝影又可以撫慰並平息因旅遊焦慮而一時無法認清自身與環境關係的情感，猶如一隱身盾，帶有抵抗焦慮的防衛功能；而在相機進一步個人化後，人們藉由攝影框下日常生活正常與荒謬的片段，讓攝影成為一種證實經驗同時拒絕經驗的方法，幫助人們想像一個不真



實的過去，也幫助人們站在他們無法倚靠的空間之中（Sontag, P. 8）。第三種用途在智慧型手機和新媒體普及後尤其明顯，相機猶如人的複眼，解析度比人類的眼睛低，但感性解析度比人眼要高出 10 倍，因此在現代，無論感到新奇或是百無聊賴，人們總是在拍照。

圖一 複眼

延續過去相片放入相本瀏覽傳閱的習慣，當代人拍照也喜愛分享那些關於人的、關於風景的、關於已然消逝的過去的，也會分享穿搭的、食物的、關於當下的種種片段。拍照的人流行一句話：「拍出好照片的關鍵不在器材，而在器材背後的腦袋。」，意識形態決定了哪些東西值得拍攝，因此，本研究以照片傳散為主的 Instagram 作為幻想空間的模型，透過訪談熱門 Instagram 帳號的創造者，分析幻想空間的建造內容，與現實的自然關係和社會關係。

幻想與現實之間

攝影的無所不在對我們的倫理情感具有一種無法估量的影響，藉由以一複製影像來布置已然擁擠的世界，攝影使我們覺得世界比它真實的情況更有用……需要以照片去確定現實以及增強經驗，是一種如今每個人都耽溺其中的消費特性，工業社會使它的公民變成影像垃圾的製造者，它是精神汙染最惱人的形式，對於一種探求表面之下的渴望，對於一種對世界軀體的救贖以及祝慶的椎心刺骨的渴望，所有這些性愛情感的原素，全在我們拍照時的歡樂中被批准了。人們受到一種趨力去拍照將不是錯誤，它使經驗本身轉化為一種看的方式，最後，擁有某一經驗變得和拍一張相關的照片完全一樣，而參與一公眾事件變得越來越和從照相形式中去觀看相等，十九世紀的審美家 Mallarme 說：「世界上每一件事的存在都是為了要在一本書中死亡」，如今，每件事的存在都是為了在一張照片中死亡。

(Sontag, P.23)

現代人聚餐有個有趣的現象，當餐點送上來，準備大快朵頤之前，必須搶在誰都還沒動筷子之前，對著剛上桌的食物拍照，彷彿記錄生活中即將吞噬的每一餐是件當務之急。當攝影成為日常生活中不得不分神為之的活動，儼然成為生活節奏的附點音符時，研究人們為何拍照的重要性，便和研究人們為什麼信仰宗教一樣重要。為什麼現代人如此熱衷於拍照呢？在硬體上，智慧型手機的相機功能趕上了消費型數位相機，以 iPhone 為例，第一代 iPhone 只配置 200 萬畫素的後鏡頭，經過十年，最新款 iPhone 已經搭載 1200 萬畫素、具有望遠端、廣角端的後鏡頭(以 2015 年 casio 推出的消費型數位相機 EX_ZR3500 為例，該相機為 1210 萬畫素)；在軟體上，各種濾鏡 app、修圖 app、分享照片 app 也如雨後春筍般推出，分享照片的便利性使得每個人得以重塑生活的現實感，在現實與幻想之間，在自己或他人的現實之間，成為外來的觀賞者。

「現實」與「幻想」意味著什麼呢？對一般人而言，我們在一般生活節奏中大多熟悉如何區別現實和幻想，也能游刃有餘地將自己的意識投放至現實或幻想

中，這在我們初入社會時便會透過規訓與懲罰習得，例如，小時候會因為上課發呆被罰站，「發呆」的時候我們進入有別於課堂現實的幻想中，被老師點名「罰站」的瞬間，又回到現實，並學習到現實有其不可逃逸的相關規定。法國學者維希留在消失的美學(The Aesthetics of Disappearance)一書中，把從現實前往幻想的動態過程稱為「失神顛(picnolepsie)」，定義為一種突如其來的，「對外在感受封閉」的情況，他指出人類在孩童時期時擁有一個相對於成人世界的現實，但到了青春期的開始學習如何轉換於社會化現實和失神顛之間時，有些人會產生逃避型態的「壞習慣」，以適應自己抑制失神顛的感受。維希留認為當代科技的偶然性重建了這種失神顛的發作，因為當真實距離瞬間被刪除，人類對真實空間的感知也會有所改變，失神顛可能會讓我們跳躍到精神上的幻想空間。

回顧幻想空間的變遷，確實幾次幻想空間的出現都伴隨著科技的進步，在攝影剛開始普及的 1861 年，英國的《倫敦周刊》曾有篇報導說道：「如今，花一筆少到荒謬的小數目，我們不僅可以熟悉世界上每一個著名的地方，而且可以熟悉幾乎歐洲每一位名人，攝影家無所不在是件美妙的事，我們每個人都見過了阿爾卑斯山，都從心裡知道了法國東部的夏莫尼克山谷以及所謂的冰海．．．我們見到了鬼魂可是並不顫抖，立在皇族之前可是並未脫帽致敬，簡單地說，我們透過一只三吋厚的透鏡，望向此一邪惡而又美妙的世界所展現的盛觀及浮華。」，在將近百年之後，人類經過兩次世界級大戰之後，類似的報導再次出現在 1974 年美國的《紐約時報》：「波蘭的奧茲威辛在奧許威茲集中營關閉後的三十年，埋藏在這片土地下的恐怖，似乎被販賣紀念品的攤子、百事可樂的招牌以及吸引觀光客的氛圍削減了。儘管秋雨淒冷，每天仍有成千的波蘭人與一些外國客抵達奧許威茲，大多數穿著時髦且顯然年輕到無法對二次大戰有所記憶。他們成群結隊穿過從前的監獄房舍，瓦斯室，焚屍爐，以極饒富興味的眼光看著如此令人毛骨悚然的陳列，像：一只巨大的玻璃櫥窗，裡頭堆著一些以前納粹用來做衣服的人髮．．．出售紀念品的攤位上，觀光客們可以選

購上面有波蘭文及德文的奧許威茲紀念別針，或是印著瓦斯室、焚屍爐的攝影明信片，或是奧許威茲紀念原子筆—當你舉著它迎向光線時，它會顯示相類的圖像。」，足見人類即使經過毀滅性的改變，有了新科技的力量，仍然可以重塑制度的現實空間，再從中衍生出天真的幻想空間。

那麼為什麼現實空間會迸發（或累積）出幻想空間呢？幻想空間又會怎麼樣地影響（或刺激）現實空間？是什麼樣的趨動力讓現實受到扭曲，而開啟蟲洞讓人遁逃至失神顛的幻想空間呢？段義孚在《逃避主義》一書中對人為什麼會有幻想有深入的討論，他提出：文化是不是基本上就是種逃避的機制？

人是一種天生就討厭接受現實的動物……在人類改造自然之前，人類會做出一些不可思議的舉動，也就是說他彷彿「看到了」即將發生的事物，而這些事物實際上當時並不存在，這就是想像，而想像是人類文化的基石……人類在多大程度上相信別處確實存在一個更美好的所在，而且在這個美好的所在中，是沒有他們現在所面臨的嚴酷現實？現實束縛並壓抑了大家，讓大家再也無法忍受，並由此產生了對未來的熱望與幻想？由於這些幻想單純而富有活力，所以這些幻想看起來已經不再是夢想，已經顯得比他們熟悉的世界還要真實？……人類試圖改變或逃避的環境記可以是社會環境，政治環境，也可以是經濟環境。（Sontag, P.12-13）

段義孚將文化導向逃避主義的想法乃受到迪士尼樂園的啟發，他在迪士尼樂園看到現代主義的荒謬性，尤其在一柵之隔的童話樂園和園外社會的真實落差。迪士尼樂園的符號意義向來是文化學者關注的研究議題，2017年在坎城影展導演雙週首映的美國電影〈歡迎光臨奇幻城堡(The Florida Project)〉，也是描寫迪士尼樂園周遭貧民窟的生活與樂園，真實空間和幻想空間的邊界故事。但是，段義孚認為現實和幻想之間存在著一個讓人歇息的綠色地帶，他稱為「中間景觀」，

以迪士尼樂園來說，它雖然是逃避於現實之外的幻想，但又不完全是烏托邦式的存在，人們在入園時沉迷，一旦出園又能迅速回到真實生活。它雖然是幻想，但不會引發推翻現實、打造未來的熱望。

假設真實與幻想是動態賽局中的兩方，中間景觀便是兩者的均衡點，它的易建造性提供後現代詮釋學發揮的空間，讓個別群體的價值取向取代真實中的絕對真理；它那容許相互衝突的異質共存的符號拼貼，人們透過中間景觀的中介排解現實的壓力，呼吸幻想的純氧，它讓我們在現代化社會那無深層感與類似精神分裂的破碎狀態下，在那進不得相逼，退不得相和的不安定感下，得一處聊以慰藉的棲息地。就像 Susan Sontag 說的，「照片的誘惑之所以能夠捉注我們，它為我們提供某種對於世界的鑑賞關係之外，同時還提供一種對於世界的不加選擇的接受，因為這種對於世界的鑑賞關係，是透過現代主義者反抗傳統美學標準的進化，深深地聯繫在俗文化品味標準的改善上頭。．．．渴望成為文化的激進者甚至成為文化革命者的超現實成員，經常處於他們可以成為馬克思主義者的”出於善意的幻覺”裡．．．馬克思譴責哲學只試著瞭解世界而不試圖去改變它，在超現實敏感力的條件中活動的攝影家，暗示我們”即使只是試圖瞭解世界”這項工作的徒然，而提議我們”只是收集”。(P93)」，活在新媒體時代的我們，或許在意義內爆下已經沒有收集的權力。

在不同的時空中，人類都有創造中間景觀（這裡開始將幻想空間正名為段義孚的中間景觀－既然他先提了）的能力，從景觀設計中也能分析出當時的美學與權威，在西方中世紀早期，歐洲貴族受到自然浪漫主義的薰陶，將花俏華麗的裝飾結合到自然花園中，產生了園藝學這項美學專業，花園的不自然程度不僅能炫耀其無上的權力，也為上層階級增添神話色彩。在中國也發展出類似的設計藝術，建立元朝的忽必烈，將皇宮紫禁城打造為入主中原的中間景觀，他按照記載中國理想政治制度與百官職守的古籍〈周禮〉和天象布局，昭告天下他繼天立極的道

統地位。直至今日，紫禁城做為遙望過去的博物館，倒也成為現代社會回憶舊世界的中間景觀之一。

由此可見，中間景觀不僅是文明的構造物之一，建造者亦可將其視為一種使用價值，或是將社會落差均質化的中介驛站，所以中間景觀不可能一直保持初設定時的天真值，段義孚便指出中間景觀具有兩個不穩定的現象，第一，它的數量眾多且種類龐雜，這點在高度現代性以及自媒體爆炸的社會可以體現；第二，它隨時有可能過於偏向現實，例如變得過於政治性，像是川普的推特那樣。不過，正由於中間景觀容易受影響的透明性，它可以成為觀察新媒體現代性的研究取徑之一，相對於傳統的量化問卷，空間取徑擁有更立體的觀察角度，對於傳播速度更快、傳播範圍更廣、傳播相容性更高、傳播作用力更重的個人媒體而言，將個人視為獨立空間，全面性地檢視其生產邏輯—又或者大多數時候沒有邏輯，因為當代和現代性濃度極高的九零年代不同，在人類認識論上以一種難民化而非全球化看待人類遷徙這件事，由於極盛資本主義讓現代化國家提早進入資源內崩，受過高等教育、熟悉兩種語言的青年也不敢對未來寄予希望，二十年前「成為新世界的領航者」這般啟蒙精神式的口號或許能打動一些知識份子的心，但今日「成為熱門的網路大大」，也許乃因網路科技本身烏托邦般的特質，以無階差的方式平等一切經驗，更能引起年輕學子的興趣。

#Instagram

Instagram 是 2010 年推出的社交型軟體，推出至今已有八億個帳戶紮營其中，是一款幾乎所有新媒體的使用者都會下載的 App，它的帳戶每天平均上傳九千五百萬張影音照片（picture, video, Gif），陌生人的照片有什麼好看的？如 Susan Sontag 所言：「相片，當然是人造物，但他們引人入勝之處是：在一凌亂堆滿照相遺跡的世界裡，他們似乎還有既成物的身分，世界的未經預謀的切片，因此他們同時在藝術的威望以及現實的魔力上買賣，他們是幻想之雲又是訊息的彈丸。」

因此 Instagram 不單單是在特定族群內部流行，光是 Instagram 一詞，每個月平均會被 Google 搜尋一千六百六十萬次，可見它具有平均性的影響力。

為什麼 Instagram 會如此風靡呢？從 Instagram 的服務介紹能看出它想滿足的需求：「Instagram 可讓您輕鬆捕捉並分享這世界的分秒瞬間。您不僅可以追蹤親友、瞭解他們的近況，還能探索全球各地的帳號，從中瀏覽自己所喜愛的事物。加入這個人數超過五億的人氣社群，並盡情分享每天的點點滴滴，無論是生命中的轉捩點或日常生活中的小確幸，都是展現自我的寫照。」，這段介紹幾乎包辦了現代性社會人民所喜愛的每一項要素，第一：輕鬆捕捉並分享這世界的分秒瞬間，代表你可以把世界任何瞬間轉變為消費物；第二：您可以追蹤親友、瞭解他們的近況，你可以監控親友，揭露和比較並帶著社會現實的眼光審視你們那掠奪性的資本家族裙帶關係；第三：還能探索全球各地的帳號，從中瀏覽自己所喜愛的事物，你可以任由自己沉浸在拼貼蒐集癖的豐饒祭典之中；第四：加入這個人數超過五億的人氣社群，記住，身處大城市的你有了 Instagram 就不孤單；第五：盡情分享每天的點點滴滴，無論是生命中的轉捩點或日常生活中的小確幸，活在當下就是記錄當下，提供人生一種更精緻、更科學、更量化的生活秩序；第六：都是展現自我的寫照，寫實主義意識形態版本的我，我拍故我在。

自攝影技術出現、普及，到影響繪畫學派以及逐漸為美術館接受成為視覺藝術的分支，照片與現實的關係就如同左右之爭時常受到討論。攝影藝術認可的照片應該是寫實的還是寫實主義的？這裡引述數段 Susan Sontag 的評述：

”攝影式的「看」的習慣一是把現實當成一種「可能的照片」的配置來觀看一所創造出來的是一種和自然的疏離而非連接(Sontag, P.124)”

”攝影將現實轉為一種無謂的同義詞之重複。(Sontag, P.138)”

” 攝影並不只是複製「真實」而已，它把它納入一種「再製」過程——一種現代社會的重要過程。以攝影影像的形式，物以及事件被置入各種新的用途，被委以超越「美」和「醜」、「真」和「假」、有用及無用、好品味和壞品味的區別的新的意義，攝影是製造能抹去這些區別的「物以及情境的有趣特性」的主要方法之一，而這些有趣的特性經常被認為屬於這些物和情境所本有。(Sontag, P.224)”

” 攝影即是現實，真正的對象經常是被當成一種失望來經驗的，照片使做為居間媒介的、二手的．．．如今大多數藝術品（包括照片），都因為攝影複製為人所知，攝影以及由攝影模式演發出來的藝術活動，還有由攝影品味引申出來的品味模式，已經決定性地改變了傳統的藝術以及傳統的品味標準。(Sontag, P.185)”

” 傳統藝術是菁英主義的支持者，特有的形式是，一件單獨的作品由某一個個人創造，這種現象意涵一種「題材的階級制度」。在這制度裡面，某些題材被認為是高貴的、重要的、深奧的，其他則屬於不重要、瑣屑、微賤。媒體是民主的，他減弱了專業製造者或「作者」的腳色（透過使用「以機會為基礎的手續」），或者「任何人都能學習的機械技術」，還有「團體的或合作的努力」），他們把整個世界當成材料看待。(Sontag, P.188)”

” 攝影意指一種立即的對於現實的接近，但這種立即接近的實踐的結果是另一種創造距離的方法，以影像的形式占有世界，準確地來說，是一種對於真實的非時性和遙遠性的再經驗。(Sontag, P.213)”

” 攝影提供的不只是一種對過去的紀錄．．．而是一種討論現實的新方法．．．照片給予我們各種欺騙形式的「擁有」——關於過去現在以及未來。(Sontag, P.216)

”

爬梳她的評述，我們可以得知攝影和所有媒體一樣具有重寫真實的特性，即便它是藝術同時也是庶民文化的運動，也仍舊是媒體的一份子，因此將 Instagram 的照片作為媒體是具備現代性訊息的；其次，Sontag 亦提到「以影像的形式占有世界，一種對於真實的非時性和遙遠性的再經驗。(Sontag, P.213)」，世界亦為空間的一種，以影像的形式占有空間，會出現對於現實空間的非時性讓現實受到扭曲，進而開啟蟲洞讓人遁逃至失神顛的遙遠性空間，也就是名為中間景觀的空間，再經驗非現實的由影像中介過後的幻想現實。

我們在第一段提到有了新科技的力量，人們可以重塑制度的現實空間，再從中衍生出天真的幻想空間，Cruz & Meyer (2012) 也提出手機的進化讓攝影技術來到了新的階段，也就是拍照、後製、傳播都得以在同一台機器中一蹴而成，Instagram 便是在此時掌握先機銜接起個人與接收端的社群互動，以科技的偶然性建造出當代特有的中間景觀。

名為 Instagram 的中間景觀

假設攝影者們對越來越意義內爆而空泛的現實有所反思，而積極找尋某種心的經驗，「那他們遍在的的活動累積便成為最基進也是最安全的易變 (mobility) 版本，『對於擁新經驗的衝動』被譯為『拍照的衝動』，『經驗』追求一種『危機證實』的形式 (Sontag, P.210)」，那麼觀察 Instagram 受到多數人棲息的景觀，瞭解景觀建造者的想法，便成為規劃景觀地景重要的資料。本研究訪問了三位 Instagram 上熱門景觀的建造者，以下分別稱呼他們為 MI、RE、DO，三座景觀都建立於 2014 年，相關空間基本資訊按熱門度由低至高排列(建造者 C 比較特殊，建造了三座景觀)，詳見表一：

	<p>建造者：MI</p> <p>景觀地名@much_ike</p>
景觀自我敘述	 鵝  NTU GEOG →  NCCU COMM  23 years old twTaiwan Taipei & Tainan
景觀連結	www.facebook.com/Jhou.Ching.o
建立時間	2014.07.30
景觀規模	1,345 幅圖
棲息人數	16472 人
	<p>建造者：RE</p> <p>景觀地名@jmm.chen</p>
景觀自我敘述	J Chen Explorer Roamer nz NZ WHV April 2018  Get in touch: Chenjstudio@gmail.com
景觀連結	www.jmmchenphotography.com
建立時間	2014.10.30
景觀規模	441 幅圖
棲息人數	21282 人

	<p>建造者：DO</p> <p>景觀地名@easonhsiung</p>
景觀自我敘述	MingLung H. 熊明龍 A visual journey through my iPhone lens.
景觀連結	@iseetaiwan & @instameettaiwan #ShotoniPhone7 campaign
建立時間	2014.07.30
景觀規模	1,172 幅圖

棲息人數	47857 人
	建造者：DO 景觀名稱@iseetaiwan
景觀建造者自述	I See Taiwan I See Taiwan Your photo from beautiful Taiwan. Tag #iseetaiwan to give us permission to feature you here. Sharing Taiwan's moments.
景觀超連結	無
建立時間	2014.11.09
景觀規模	928 幅圖
棲息人數	75718 人
	建造者：DO 景觀名稱@instameettaiwan
景觀建造者自述	Instameet Taiwan Community for Taiwan Instagrammers. Tag your instameet photo with #instameettaiwan for a chance to be featured.
景觀超連結	www.dropbox.com/sh/qsK13rsaxpww9z8/AAD8Ukr7-JOF5X_qrwqAHyE4a?dl=0
建立時間	2015.01.21
景觀規模	291 幅圖
棲息人數	22988 人

本次訪談的順序為 MI、RE、DO，訪談時間從 30 分鐘到 90 分鐘不等，皆請受訪者與訪問者用各自的裝置開啟欲談論的景觀空間。MI、RE、DO 三人從攝影心理的角度來說，分屬「我拍故我在」的個人寫實主義者、「擺盪在技術與感性」的修正主義者、「以人氣為絕對原則」的保守主義者，恰好位於光譜上的三個位置，也增加了景觀風貌對比研究的可讀性。

中間景觀的建造細節

攝影運動相對於其它學派的運動通常是短暫的，甚至一個攝影師都會偶然地轉變自己的攝影風格，由於現代攝影品味更替地相當快速，其實少有以一貫之的攝影師，而更常用各種對比式主題或題材的全面性、色彩調度作為選擇。而由於 Instagram 的創辦者 Kevin Systrom 相當喜歡老式即時呈像底片，56X56mm 的正方形尺寸規格，因此早期 Instagram 的照片都必須以正方形呈現（不過在 2015 年的 7.5 版本中，正方形的尺寸限制被取消）。這是早期建造者都必須遵守的景觀樣式。

受訪者中，DO 是最早使用 Instagram（以下簡稱 IG）的建造者，他從 2012 年開始使用，在這之前不是專業攝影師，甚至並不特別喜好攝影，偶爾拿功能簡單的消費型數位相機紀錄生活，屬於 Sontag 說的「把照片當成一種便捷紀錄形式的使用者（Sontag, P.4）」，一開始註冊 IG 是因為當時人在國外打工旅遊，周遭的外國朋友都在使用 IG 而感到好奇，登入之後在「熱門推薦」看到一些喜歡的照片後，「每一天都會狂刷國外厲害的攝影師的頁面，去學怎麼用正方形的圖框構圖，下載看起來比較厲害的修圖 App 跟濾鏡，每一次開 IG 都可以玩個十來分鐘，一有時間就會玩，感覺每天都被不同的攝影師啟發。」。

受訪者 RE 在註冊 IG 之前，已經是攝影技術的專業玩家，偶而會接朋友的攝影案子，因此他在 14 年開始註冊 IG 時，動機已經相當明確，想上傳自己拍攝的照片，也已經分享「自己的」攝影品味，屬於 Sontag 說的「帶著天真相凸顯存在於其中的某些東西的人（Sontag, P.4）」，但真正意識到景觀風格是在 15 年參加 IGer 活動之後，「開始加入聚會後，也比較知道 IG 怎麼運作，例如 Tag 怎麼標大家也會討論，我算是跟大家學習，那年第一次有照片破千個心，也開始有外國攝影師會跟我在 IG 上互動。」，表現出在自豪於品味之餘，RE 仍是相當在意人們對於作品偏好的選擇，並進而學習相關後設型的建造知識。

與前兩人不同，註冊 IG 之前，MI 對攝影幾乎沒有興趣，也未曾參加過 IGer 活動。比較類似 Sontag 說的「帶著相機照相作為日常生活紀念品的快門狂（Sontag,

P.4)」，景觀中多放自己生活片段的照片，作為私人生活紀錄之用。根據 DO 的補充，IG 在 12 年由 Facebook (以下簡稱 FB) 收購後，官方經營策略就逐漸從攝影社群轉為一般社群媒體，積極透過演算法推薦使用者投其所好的圖片，提供更多樣性的日常生活景觀。這個說法在 MI 的使用經驗上可以驗證，鵝發現自己的日常景觀在 15 年時開始受到注目，「那一年我追蹤人數忽然爆增，後來發現我的運動照、健身照、自拍那一類的，有很多不認識的人按心啦，所以 16 年開始就比較認真想說設定目標，每天都要放一張圖片，可能是這樣吧，16 年(4 月 24 日)就有第一次破萬的照片。我也會開始注意別的網紅都怎麼拍照。」。

逐漸確立景觀的空間意識之後，建造者開始有了各自的品味堅持，對 DO 而言，構圖不能難看是最重要的事，「我會去參考其他國外的 IGer 怎麼拍，通常他們的構圖都很乾淨，很幾何，但是我發現在台灣很難拍成這樣，因為建築很醜，又有很多醜東西避不開，所以要很會構圖才可以，像是要拍捷運風景之前，我會為了勘景把那條線坐個兩三遍，知道哪裡可以拍，也會利用水的投射面協助構圖。」此外 DO 也特別在意圖片的光線與色彩，「我會選擇光線好的地點，像台大社科院圖書館就很常去拍，那裡滿好拍的，不同光線底下有不同的感覺，也會拍捷運的軌道，用慢快門帶出特別的光線。」，在人像攝影上，由於熊只使用 iPhone 拍攝，鏡頭景深不夠，因此早期不常採納，「但是我注意到國外 IGer 常出現被他人側拍的構圖，所以後來這種我也會放，覺得滿有趣的。」，言談中透露了自己常深入國外 IG 景觀去蒐集流行品味的趨勢，DO 對景觀品味的建造方式更像是波特萊爾筆下的拾荒人，「一切這座大城丟棄的，失落的，輕視的，在腳下踩碎的，他都收集，編目．．．他把東西分類並作一明智的選擇，他向一位守護財寶的守財奴，在工業女神的兩顎間收集攢取有用之物，或帶有令人滿足之『物的形狀』的被棄物。『在人們認為醜或沒有趣味的東西裡頭發覺美』或『在小古董，天真的或通俗的物體以及都市的殘骸中發掘切中的意義』(Sontag, P.90)。」

RE 在景觀風格的建立上比較技術導向，更潛意識地想保留住早期攝影時手續繁複的技術細節，RE 的景觀照片多以單眼相機攝影，「雖然一開始也用手機發圖，但後來會意識到自己的圖片有人在等、有人關注，也會對圖片的美感要求提高，像現在我只用單眼相機攝影，進電腦修圖，修好再傳到手機上發圖，雖然流程很繁複，但成就感很高」，RE 在此時顯得有話想說，似乎對於攝影融入新媒體時「快速地以視覺選錄來掌握現實的方法」或者「被視為一種藉著能和世界保有一種疏離關係，而在被仍經驗為壓服式的、格格不入的世界尋取一席之地的工具（Sontag, P.157）」的差異仍不太能調適，但這種適應差也反映在他景觀品味的獨特性上。

MI 對圖片風格的角度比較不同，會以回應數量為前提，「我上傳的態度是不隨便，發上去之前會先思考一下會不會有回應，我會注意哪種照片比較多人按心，像健身房的照片、露肌肉的照片我自己知道大家喜歡，人數掉的時候就會放，我覺得跟女生會露乳溝是一樣的啦。」，MI 對考慮構圖的尺度也和攝影導向的熊、羊二人不同，他會以三張圖一排為單位做系列照片，「像策展的感覺，有時候以整體感為主題啦，或生活美感，擺盤之類的主題」，這類型的照片在景觀上特別多，也與 Sontag 提到關於攝影現代性的特性相關：「一段經過精彩編組的關於各種照片即主題的玄想，提供了一種更精緻、更科學、更邏輯的包裝，並放大靜照的方式，不管是照片與照片間的先後秩序，或是閱讀每一張照片所需的時間都被強加在上頭，因此在視覺的清晰性以及情感的衝擊上都有增益。（Sontag, P.3）」。或許 MI 在碩士時主修傳播學科的背景，讓其景觀品味更貼近現代性的展覽美學。

IG 的功能中有一稱做標籤訊息的服務，本意是透過#文字為照片下標題，並可加以搜尋，但演變至今已繁衍出多樣性的用法，例如#有人也在 XX 嗎，可以找到近期在同個地方的人，或是#YSL2018，可以找到想購買的商品賣家等等用途，而本次訪談者的用途都屬於相對本質的第一種__為照片下標題。在 Hash Tag（以

下簡稱 Tag) 的策略上，因為照片的點閱率和景觀的瀏覽率相關，三位建造者都表示會特別經營，DO 是最有策略性的，不但會觀察熱門照片的 Tag，也會關注 IG 官方帳號的#theweekoninstagram，跟上每周主題發圖以增加搜尋度。觀察 DO 的圖片敘述，幾乎以英文 Tag 為主，「因為中文很難被搜到。」，此外，DO 也很少寫上與個人心情相關的文字。而技術派的 RE 則是維持一貫技術科技派作風，透過名為 hashtagbook 的軟體查詢適合的 Tag，但 RE 亦有搜尋度的困擾，「如果是太廣泛的 tag 雖然容易被找到也容易被洗掉，太小眾的又不容易被搜尋到，中間的取捨還是，呃，很難。」，顯示出 RE 即使在為照片下標時，也仍在概念和人氣，意義和自由之間尋找絕對的理性答案，相較之下 MI 就常常會在圖片敘述中寫下中文長文以抒發心情，也會打上圖片的日期如#Monday，三人之中最年少的 MI 率性地表示：「我反而喜歡在 IG 寫心裡的話，因為那就是我的生活跟我的心情。」。

品味一但建立後，對於早期品味尚在摸索時的照片會重新篩選嗎？RE 和 MI 都表示不會刪舊的圖片，技術派的 RE 在這題中表露出工具主義的羅曼蒂克情節，RE 認為：「每張照片之於我都有意義，都是有紀念意義，或想分享，或覺得很美所以我才放上去，所以不會刪掉」，和攝影師 André Kertész 說過的話很相似：「相機是我的工具，透過它我思考我身邊的每一樣東西」。DO 的答案則是肯定的，由於景觀的審美標準會不斷地改變，所以會刪除未達到（現在看來）水準的圖片，DO 相當仔細在維持景觀在主觀化與客觀化之間的平衡。

比較特別的是 DO 與 RE 的景觀中都曾出現以台灣國旗為構圖的圖片，這是否表示中間景觀向現實空間的政治性靠攏？技術派的 RE 在此題表現稍微波動的感性，他表示：「我很想要告訴外國人台灣的景色，在我的版面開始有外國人留言之後，我會有一種使命感，後來也會在 tag 裡標註台灣，因為我愛自己的國家，所以這點很想強調出來」；DO 的動機則以搜尋度為前提，他在澳洲受到啟發，「我注意到澳洲各大城都有自己的官方 IG，他們團隊會不斷轉發 tag

#exploreraustrallia 的照片，當時我也有一張圖被轉發了，瞬間破了我的點心紀錄，就是那時候我發現，IG 沒有時間跟空間的限制，傳播的能量變的很大，比起做廣告影片、寫文章，圖片更能打開知名度。」。DO 在 2014 年底創了名為 @ISEETAIWAN 的中間景觀，專門轉發 tag # ISEETAIWAN 的圖片，DO 在談論這個景觀時，如此說明：「有 7 萬人追蹤，也有幾家媒體注意到這個力量來訪問我，有些圖片屢次沒被我選上的 IGer，可能也很想被世界看到，後來他們也開了類似的 IG，但我覺得我的選圖策略，基本上比較能引起外國人注意啦。」。對照兩人的回答，我想將 Sontag 書中的兩段故事捎來比較：「1942 年史崔克對他的屬下發布的一份備忘錄寫道，為了第二次世界大戰的士氣需要，拍攝窮人成為太具沮喪性的題材：「我們必須立刻擁有一些外觀上看起來像是真正信仰美國的男人、女人以及小孩的照片，為人們打一點氣，如今我們的檔案中有太多照片把美國描繪成一座老人院，像是每個人都老到無法工作，營養不足道無法關心外頭發生了什麼事．．．我們尤其須要在工廠裡工作的青年男女．．．在廚房裡烹飪或在庭院裡摘花的家庭主婦，外觀上看起來比較滿足的老夫婦。(Sontag, P.73)」，「攝影專橫的一面落在攝影與觀光結盟的核心，這種現象發生在美國的跡象比其他地方來的早，1869 年西部開放之後，隨著橫貫美國大陸鐵路的完成帶來的是透過攝影的殖民．．．業餘攝影者是該世紀末前到達的一批「渴望拍到一張好的印地安人生活照片」的觀光大軍，觀光客侵入印第安人的隱私、拍攝他們的聖物、聖舞以及聖地，必要的時候付錢給他們讓他們擺姿勢，或命令他們更改儀式以便提供宜於拍照的材料 (Sontag, P.75)」，故事一中將軍面對戰後貧脊的現實必須製造幻想以提升士氣，以及故事二裡頭貧脊的幻想必須占有現實以提高價值，與 RE 面對艱困的國際現實和 DO 面對全球與資本的回應，從此題可以看出中間景觀在個人價值觀上的使用偏向。

建造者與自然（時間、空間、自我認識）的關係

在眾多關於中間景觀的使用經驗中，時間破碎化是常被提及的感受，對於景

觀的建造者而言，是否會感受到更新景觀的時間壓力？三個景觀之中有最多棲息者的 DO 回憶道：「2014、15 年的時候很在意發圖的時間，還會跟其他人討論什麼時段發圖比較容易被看到，通常是午休，或睡前的時段，就會提醒自己要在這個時候發圖。不過被 FB 收購後 IG 演算法變得不一樣，現在發圖就變得比較慢，（訪者：因為和以前的規則不一樣了？），對，想說算了，也比較沒有壓力。」，同樣在 FB 收購前便建立景觀的 RE 也表示，「以前大概幾天會發一次，有點強迫症，會常常一整天在想要發文，但最近比較沒有時間，也有粉絲跟朋友問怎麼都沒發文，我現在直接跟他們說，最近比較忙。」；相對於兩位社會人士受到現實空間的時間感影響，仍是全職學生的 MI 未提及「壓力」、「忙」的字眼，MI 說道：「16 年有設立目標每天都要放一張圖，到了 17 年會開始先拍好庫存圖片，之後再分批選要放那些，或是用預設功能選定什麼時候要放。」。有趣的是，MI 與 DO 都提到一種反向的時間壓力，「我發現如果發太多張反而曝光率會下降，那之後會告訴自己每天發一張就好」、「不會一天發太多則，反而降低每張圖的曝光度，就會注意讓自己不要太集中發圖。」，顯示中間景觀的時間感也會受到棲息者的影響，如同早期攝影發明時因為被當成減輕「在永遠累積中的訊息及感官印象」負擔的工具而受到歡迎（Sontag, P.114），在訊息過多、網速有限的時代，景觀也怕被當成增加「在永遠累積中的訊息及感官印象」負擔的工具而不被喜愛。

對許多景觀建造者而言，私人生活應該與公共景觀維持多少距離是個需要權衡的問題，三位建造者分別提供了不同的做法。以攝影技術為景觀風格的 RE 有自己的私人 IG，圖片內容也有區別性，RE 區分兩者的原因是：「私人帳號會分享我特別喜歡的拍照地點，因為不想讓太多人知道地點。」；DO 雖然沒有另設私人 IG，但會有意識的刪除早期涉及私人隱私的圖片，不過，DO 會在限時訊息（24 小時內會自動刪除）的版面上傳攝影的幕後花絮；相較之下以日常生活為景觀內容的 MI，對隱私的態度則相當開放，沒有私人帳號的鵝表示：「我不怕個人資料會洩漏耶，（訪者：有張拿著畢業證書的照片，不會擔心本名或就讀學校曝光嗎？）」，

那種我也不會特意遮名字什麼的，反正就是我，跟本人沒有落差，這裡就是我的生活。」，MI 被拍攝下來的真實與生活的真實是一樣的嗎？訪者並沒有繼續追問這個常於過往研究出現的問題，因為 MI 看著相當原生，彷彿本身即是一組凝結了生活瞬間的照片，MI 生於網路普及後的 1995 年，這或許是 MI 對於線上、線下沒有特別空間感的原因。

接受訪談的景觀都有萬人以上的棲息流量，俗稱「網紅」的社會身分會改變對自我的認識嗎？DO 與 MI 在聽到「網紅」二字時的反應都特別大，且反應一致的回答「還好耶，不會覺得自己是網紅啦。」，但訪者追問「為什麼不覺得自己是網紅？」後，都補述了對自己社會身分的改變。例如 DO 提及自己成為媒體採訪的對象，「這一兩年開始有人找我演講，也有記者來專訪，我是不覺得自己是那種網紅啦，（訪者：哪種網紅？），有很多粉絲那種，不過最近有國外的媒體來採訪我覺得滿不錯的，有開一個 FB 的粉專，我都把連結貼在那裏，你可以去看看。」；MI 也提到會在意自己在圖片中的外表狀態，「其實我會看健身照片是不是哪裡身材要加強，像哪裡要練厚一點比較好看，其實健身也是一種炫耀嘛，如果有痘痘也會修個圖～但是拉手腳比例那種我不會做，因為如果哪天被看到本人不就被看破手腳嗎？反正網紅一代一代會出來，我最近會告訴自己不要太在意，就自自然然的。」。比較不同的是 RE 的回答，RE 相當大方地承認改變很大，除了對攝影能力更有自信，對社交也更有熱情，RE 自己分析道：「改變很大，因為跟早期用 FLIKER 不太一樣，IG 可以跟別人互動，還有可能因為我的工作，職能治療，不太有成就感，玩了 IG 以後，比較有被肯定的感覺。」。

建造者與社會眾人（朋友、粉絲、廠商）的關係

在中間景觀建立朋友關係的有 RE 和 DO，DO 算是台灣 IGer 圈的知名人物，他在日本留學時第一次參與了當地 IGer 舉辦的攝影活動，和超過百名陌生的攝友一起踩點拍照，DO 提到這是他第一次感受到 IG 的動員力量，「我後來才

知道官方在其他國家會組織 IGer 舉辦一年兩次的攝影活動，但是當時台灣還沒有，所以我寒假回來，就自發性地舉辦。後來越辦越多人參加，通常會約在下午到傍晚，大家吃過飯來，比較不會有約吃飯之類的問題，就是純拍照，然後互相 tag 活動名稱，回去欣賞大家的作品。」。RE 是在活動中後期才加入，在活動上認識了 DO 和其他景觀創建者，並在活動中學習到如何策略性地推廣景觀。

詢問到建造者是否願意邀請日常生活中認識的朋友進入中間景觀，會不會擔心朋友對自己的認識會有所改變，經訪談後發現，DO 與 RE 的景觀以攝影作品為主，雖然會被朋友「虧」：「網紅的照片不一樣喔。」，但和景觀相關的話題也僅只於此。景觀展現私人生活與健美自拍的 MI 則是在開學之前就得知自己的景觀已在素未謀面的同學之間傳開，所以當同學在初次見面時就稱呼他為網紅，MI 也覺得「嗯！那就是我啊。」。從這裡訪者比較驚訝的是，過去攝影的寫實主義由於是透過攝影家的意識去捕捉真實，因此有如其他現代藝術形式都宣稱他們和「真實」間存在著「具有某種特殊權益」的關係 (Sontag, P.158)，但是景觀的建造者除了被冠上俗稱「網紅（網路紅人）」以外，自身和周遭的他人似乎都未替其鋪上和「真實」間存在著「具有某種特殊權益」的透明捲簾。

那麼在 MI 這種涉及私人生活類型的景觀中，是否比較容易產生迷與偶像的關係呢？MI 提到確實有粉絲行徑的棲息者出現：「有時候是回應我的發文，有時候他也會自言自語說他自己的事，有一陣子幾乎每天都留言給我，我沒有回過他耶，因為感覺滿可怕的，不回比較好，其他像留言不舒服的我也會忽視。」，RE 雖然沒有越矩行徑的粉絲，言談中卻有著 MI 與 DO 沒有的偶像口吻，「2016 年是追蹤數成長速度最穩定的一年，就真的感覺到有一群支持著我的作品的人，所以年底我就用 bestnine（訪者：那是什麼？），選圖軟體，選出今年最受歡迎的九張照片做成九宮格的圖，我沒有放過這種拼貼的圖，算是我給粉絲的紀念吧，

我也有寫一些感謝的話。還有像第一次上傳影片，是我去環島坐空拍機看到很美的海浪，我想一定要拍成影片跟粉絲分享。」，RE 與粉絲的關係比較緊密，也許和他提到的，現實空間中沒有成就感，「玩了 IG 以後，比較有被肯定的感覺。」相關。

在研究初期的討論會中，研究夥伴們對於中間景觀的使用價值和商業活動相當好奇，因此在選擇訪談對象時，特別選擇曾在景觀中放置商業圖片的建造者，並詢問其初次聽到空間具有商業價值的感受。RE 在註冊 IG 之前有過商業攝影的經驗，也曾在景觀放上自己的商業作品，他的景觀以山、星空、海的照片居多，初次商業活動是國外登山用具的邀約，該品牌在國內無代理商，洽談過程都在 RE 的中間景觀裡頭進行，「過程都沒有見面，在家收到一大包來自國外的拍攝商品，那時候才比較確定。」，RE 的商業圖片皆以商品為構圖焦點，佐以自然為背景。

與 RE 的商業取向不同，MI 的邀約幾乎皆與個人相關，例如手錶、粉刺棒等。MI 初次被詢問代言意願是 17 年的時候，對方先在景觀裡留言，待 MI 同意後再移至 Gmail 郵件空間洽談細節。幾次下來，有時是廠商，有時是專門媒合業配案件的業務與 MI 接洽，他印象最深刻的是代言手錶，因為是知名品牌，需要配合品牌自訂的行銷活動，例如合作期間發圖的次數與日期、以及品牌指定標註的 hashtag。MI 表示不想在景觀內廣告重複的商品，擔心會讓棲息者感到無聊。

三個景觀之中商業活動最蓬勃的是 DO 的空間，初次收到邀約時以為是網路詐騙，剛開始沒有特定的商業取向，但後來覺得手錶、包包較難融入景觀風格，近年 DO 合作過的商業品牌越接越大，包括 Gogoro、BMW、Lexus、Apple、Narrow、W Hotel 等，其中印象最深刻的代言是印尼觀光局的邀約，不但支付拍攝費用，也提供全額旅費請 DO 赴當地拍一組照片放上景觀。談起與國內外廠商合作的經驗，DO 有滿腹生意經，他提到國外廠商比較理解景觀品味的商業價值，對於圖

片成品不會限制太多；台灣廠商則不太能體會景觀的美學，「總是要我把品牌放在正中間或拍很大」，溝通上反而更為困難，DO 分析國外商業圖片的趨勢是將商品融入圖片的敘事當中，以敘事和照片脈絡為前提，而不用一定凸顯商品靜照，那樣的話景觀會飄散商業的味道。DO 同意公開其景觀空間價值，目前一張圖片一萬元，在台灣以攝影為主的中間景觀中實屬上乘，但 DO 認為：「我覺得還好，而且這價碼比 youtuber 少很多吧。」，以 Sontag 的見解而言，DO 持續的將過去的品味以及人工製品拿來再製造，再從獨一無二的對象中造出陳腔濫調，也由陳腔濫調中造出有特殊性的、活潑生動的「物」，再由真實事物的影像和影像的影像交疊中（Sontag, P.224）取得酬勞，是屬於中間景觀特有的經濟生產。

小結

「黛安阿布 (Diane Arbus)：『攝影是道我想去的任何地方以及做我想做的任何事情執照』，相機是一種消滅道德界線以及社會抑制的護照，它免除了攝影者對被攝影者的一切責任。拍攝人的整個重點在於，你並不是在介入他們的生活，而只是拜訪他們，攝影家是超級的觀光客，某種人類學家的延伸，拜訪當地人，把關於他們的奇行逸聞帶回來，攝影家經常試著拓殖新的經驗，或者找尋新的方法來看我們向來熟悉的事物，也就是和枯燥、平凡無奇戰鬥，因為枯燥與平凡無奇正是幻想的反面，這兩種極端所倚靠的都是「坐落在某一種處境之外」（而非裡頭），一者導致另一者。（Sontag, P. 48）」

在新媒體的中間景觀裡頭，我們看到個人逐漸掙脫現實，投身於幻想空間的打造，進而實現網路初期的遠景「烏托邦」的可能性，如同段義孚對逃避主義的基本定調，逃避不是轉而離開，逃避是想像另一種可能性。本文引用超多 Sontag 的文獻，主要原因在它之於攝影猶如資本論之於社會學，其次是它對於攝影的本質和中間景觀的本質－幻想不謀而合，Sontag 認為攝影啟蒙於窮極無聊的現實，因此攝影的核心思想是超現實主義，旨在創造一個複製世界，一個第二等現實，這個第二等現實比我們以自然視力所感知的現實狹窄但更富戲劇性（Sontag, P. 63），過去常常讀到學界討論，新媒體的未來會走向自由無望的

1984，還是娛樂至死的美麗新世界？在進行本文訪談之後，筆者認為傳播科技摺疊物理上的現實空間的過程中，讓人有機會從現實空間的單位中解放出來，以一開始上課發呆的例子而言，就像上課發呆時雖然會被老師點名罰站，但如果剛好廣播全校集合，造成混亂，那就可以從「會被罰站的課堂」中解放，新媒體科技能夠推動的奇觀就在於此。雖然在馬克斯與恩格斯的著名宣言中，在資本主義時代這種社會變遷的混沌時刻，生產方式的不斷變革並不足為奇，新的關係等不到固定下來就陳舊了，但在自由經濟消費窄化、全球國際局勢走至變局的今日，不會已經來到了”最終，人被迫冷靜地面對他們自身的生存條件以及他和其他同類的關係”的時候嗎？混沌時刻經常發生料想不到的超現實意外，訪問 DO RE MI 三人時筆者驚訝於在他們身上感受不到其在現實空間的工作為何，他們彷彿真的像是某一無人小島的擁有者，對於即將長出的幼苗毫不畏懼地予以呵護。

參考文獻

- 黃翰荻譯，(1997)，《論攝影》，台北：唐山(原書: Sontag, S. (1977). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.)。
- 楊凱麟譯，(2001)，《消失的美學》，台北：揚智(原書: Virilio, P. (1980). *The aesthetics of disappearance*.)。
- 周尚意、張春梅譯，(2006)，《逃避主義》，臺北縣：立緒文化(原書: Tuan, Y. F. (2000). *Escapism*. JHU Press.)。
- 陳冠銘，《視聽互動機制：以時間知覺為例》，臺灣大學心理學研究所學位論文，2011。
- Gómez Cruz, E., & Meyer, E. T. (2012). Creation and control in the photographic process: iPhones and the emerging fifth moment of photography. *Photographies*, 5(2), 203-221.