

本文章已註冊DOI數位物件識別碼

- ▶ 新聞攝影裡「生活」與「日常」的奇觀化：World Press Photo「日常生活」類得獎作品分析（2010-2016）

Spectacularizing Life and the Everyday in Photojournalism: A Critical Analysis on Award-winning Images in the "Daily Life" Category of the World Press Photo Contest, 2010-2016

doi:10.30386/MCR.201710_(133).0003

新聞學研究, (133), 2017

Mass Communication Research, (133), 2017

作者/Author：郭力昕(Li-Hsin Kuo)

頁數/Page：87-133

出版日期/Publication Date：2017/10

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

[http://dx.doi.org/10.30386/MCR.201710_\(133\).0003](http://dx.doi.org/10.30386/MCR.201710_(133).0003)



DOI Enhanced

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



新聞攝影裡「生活」與「日常」的奇觀化： World Press Photo「日常生活」類得獎作品分析 (2010-2016)*

郭力昕**

投稿日期：105年12月21日；通過日期：106年3月21日。

* 本文為科技部專題計畫〈科技、真實和新聞攝影的變與不變：以近五年國內外三種重要新聞攝影比賽之得獎作品為分析案例〉(MOST 105-2410-H-004-141)的研究成果之一。作者感謝研究助理洪辰媽在文獻蒐集上的協助，也感謝兩位匿名審查人有價值的修訂意見，與對本文的鼓勵。

** 郭力昕為政治大學傳播學院副教授，e-mail: lixinwho@gmail.com。

本文引用格式：

郭力昕(2017)。〈新聞攝影裡「生活」與「日常」的奇觀化：World Press Photo「日常生活」類得獎作品分析(2010-2016)〉，《新聞學研究》，133: 87-133。

《摘要》

本文通過荷蘭 World Press Photo 國際新聞攝影大賽過去七年在「日常生活」類的得獎作品，分析以西方新聞攝影競賽機制所主導的代表性影像，如何看待「生活」與「日常」。本文追溯首先建立西方新聞攝影理念、競賽機制與照片內容分類模式的《生活》雜誌，如何形塑了美國與西歐的新聞攝影「傳統」，「發明」了美國與全球對生活方式的某種想像或模仿，進而影響 WPP 對「日常生活」影像的鼓勵與實踐方向。本文認為，來自世界各地日常生活現場的 WPP「日常生活」類得獎作品，其取材重點、拍攝角度、影像風格，與作品預設的觀者，皆使所有地區、尤其來自非西方社會的日常生活影像，變成一種文化或視覺上的奇觀。本文同時指出，WPP 在傳播與文化市場上的強大影響力，造成西方攝影記者持續前往非西方地區獵取「日常生活奇觀」，也造成非西方地區的在地攝影師，以西方國家舉辦之新聞攝影競賽的評審口味、選材或美學取向，觀看自己社會裡的「日常生活」。

關鍵詞：World Press Photo (WPP)、《生活》雜誌、日常生活、新聞攝影、奇觀化

壹、前言

在荷蘭阿姆斯特丹舉辦逾 60 年的 World Press Photo（「世界新聞攝影大賽」，中國稱為「荷賽」；以下簡稱 WPP），是全球規模最大的國際新聞攝影大賽，也被此領域專業人士普遍認為是最具影響力的年度競賽。WPP 的競賽分為兩種形式：單張照片（singles）與系列故事（stories）。單張照片有七類獎項，分別是：突發新聞、一般新聞、人物、運動、自然、日常生活、當代議題；系列故事除了以上七類，另有「長期計畫」類。在這些獎項裡，近年報名參賽數量成長不斷攀升、終於於過去三年裡成為作品投件數量最多的一個獎項，是「日常生活」（Daily Life）類。在 2016 年 WPP 的「單張」與「系列」兩部份的「日常生活」類作品，分別占了所有報名數量的 25% 與 20%。¹ 本文將透過 WPP 近年在「日常生活」類的得獎作品，分析以西方新聞攝影文化和競賽機制所主導的「日常生活」照片，究竟如何看待「生活」與「日常」。

「日常生活」類參賽照片數量高居各類獎項之首，並非本文對這類照片進行研究的唯一理由。這個新聞攝影類型與獎項的設置，本身就是一個值得探究的議題，也是本文問題意識的一個出發點。在資本主義傳媒市場運作下的新聞攝影，從一開始大抵就是關於特殊事件，或一般事件之特殊瞬間的捕捉與顯影。新鮮或罕見的、菁英或名流的特殊影像時

¹ 2014-2016「日常生活」類的單張與系列作品投件數量，多半超過總投件量的四分之一，且除了 2016 的「日常生活」類故事組、以 20% 略低於「長期計畫」類故事組的 21% 之外，其他皆居各類獎項之投件數量之首。統計資料來源參考 WPP 官方網站的 The 2016 Photo Contest: Technical Report。

刻，是新聞攝影一向追逐的內容，而不特別有興趣關注每日重複的、常民百姓的、不具影像吸引力的現實生活，無論在日常生活裡涵蓋的諸種議題多麼重要，或者它們是否更具有日常之政治性意義。那麼，「日常生活」類型與獎項的設置，是為了平衡新聞攝影機制裡向「特殊瞬間」嚴重傾斜的一種彌補嗎？也許在獎項設置之初，主事者有這樣的思考或企圖，但筆者閱讀歷年 WPP 在各類獎項、特別在「日常生活」類的得獎作品之後，發現其實並非如此。

本文在分析 WPP「日常生活」類的得獎作品前，先回顧西方理論家對日常生活的一些相關論述，尤其法國社會學家 Henri Lefebvre 對現代社會中日常生活的批判性觀察與研究，以及相關攝影理論對常民照片可以產生的政治性意義。這些論述是本文據以分析 WPP「日常生活」類得獎作品的立論基礎。本文接著追溯建立西方新聞攝影理念、競賽機制與照片內容分類模式的始作俑者，也就是 80 年前在美國創刊的《生活》雜誌（*Life Magazine*）。本文檢視這份以新聞紀實照片為主要內容的大開本週刊，如何發明並形塑了美國與西歐的新聞攝影「傳統」，進而成為全球新聞攝影之「專業主義」取向的圭臬。這份名為「生活」的畫報，不但規範了新聞攝影的內涵與分類，也指導了專業工作者與讀者，以照片來觀看人們日常生活的方式，從而成為效仿的一種想像或範本。

本文通過對《生活》規範之專業模式的瞭解與參照，回顧既有的批判性研究對 WPP 得獎作品的討論，並針對近年該競賽「日常生活」類得獎作品進行內容與文本分析。桑塔格（Susan Sontag, 1978）40 年前論述攝影文化時的結語，看來於今依然有效：

一個資本主義社會需要一種以影像為依歸的文化。它需要
提供大量的娛樂以刺激購買，從而麻木因階級、種族和性別問

題帶來的創傷。…相機以兩種對工業先進社會運作上的必要方式定義了現實：作為奇觀（spectacle；對大眾），以及作為監視對象（surveillance；對統治者；p.178）。

本文指出，WPP「日常生活」類的得獎作品，固然來自全球各地平民的日常生活現場，但攝影者的取材重點、拍攝角度、影像風格，與作品預設的觀者，使不同地區人們的日常生活，尤其來自非西方社會的日常生活影像，變成一種文化或視覺上的奇觀，因此也成為可賣的商品。本文同時認為，WPP 在傳播與文化市場上的強大影響力，造成西方攝影記者不斷前往非西方地區獵取「日常生活奇觀」的影像，也造成非西方地區的在地攝影師，以西方國家舉辦之新聞攝影競賽的評審口味或題材／美學取向，來觀看和攝取自己社會裡的「日常生活」。日常生活若非被奇觀化，就是被美感經驗化，甚至於被自我奇觀化。「日常生活」日益趨向成為攝影藝術表現的場域，「日常」（the everyday）的政治性動能，在 WPP 這種「日常生活」的影像實踐上，則幾乎完全被消解。

貳、關於日常與攝影

在法國哲學領域最早探討並建立日常理論的，是馬克斯主義社會學家 Lefebvre 對日常生活的研究。在其經典論著 *Critique of Everyday Life: Volume I, Introduction* 的第二版裡，Lefebvre（1991）以專文強調：「日常生活」不是將那些特殊的、優越的、專門的、架構好的活動從生活中抽離出來之後的殘餘，而是關連所有活動、容納活動中所有差異和矛盾的人們真實生活的完整面貌（p. 97）。此版的序言作者 Michel Trebitsch 也提醒我們，Lefebvre 對日常生活批判的兩個核心理念，其一是發揚馬克斯對異化概念的分析價值，其二是主張不應輕忽對「瑣碎事物」

(the trivial) 的哲學性探討 (p. xxv)。

Lefebvre (1991) 觀察二十世紀中期法國的工業化、都市化與布爾喬亞社會之後指出，人們在這個時代裡已經將工作與休閒 (leisure) 做了工具性的切割，所謂的「日常生活」，成為「休閒活動」的代名詞，從而被各類休閒活動所填滿。他強調，休閒與日常的關係不能這麼簡化的看待，它們的關係是辯證的。休閒也不能從工作中孤立出來對待，如果它只被當成對工作中產生之「不滿」(dissatisfaction) 的一種立即與表面的補償或逃避方式 (例如藉由各種娛樂刺激形式，或消費、旅遊)，則最後只會形成工作是為了換取休閒，而休閒只剩「逃離工作」這個唯一意義的惡性迴圈。Lefebvre 所說日常生活應該視為所有活動的總和，乃是認為工作、休閒、不滿或喜悅，必須融於一爐來處理，我們才能在日常生活中讓休閒不成為一種逃避或自我麻醉的機制，而是一種能積極提升工作的意義，或者改變工作處境的能量 (pp. 29-42)。

在 Lefebvre (1984) 對現代世界裡之日常生活的接續研究裡，他考察在西方消費社會之「現代性」情境下，「生產-消費-生產」變成一個高度組織化與被控制的閉路規範系統，日常生活即被組織到這樣的範疇或系統裡運轉。他認為在這樣的系統裡，女性普遍承受了最大的衝擊，同時也是這種「日常生活」概念下的代言人與受害者；但因為她們在日常生活中曖昧不清的位置或處境 (這也是日常生活與現代性本身的曖昧)，她們多半無法理解這樣的問題，或從中脫身 (pp. 72-73)。Lefebvre 也論及現代社會的日常生活內容裡對於符號的消費，與「文化」(例如藝術品，或藝術風格) 作為一種快速流通與消費的項目，讓符號、虛幻及其創造出來的意義，取代了現實本身 (p. 108)。

當代法國研究學者 Michael Sheringham (2009) 梳理了 Lefebvre 對幾個西方社會之文化與媒體現象的審視：一、科技快速發展後，製造了

一個充滿物件與新奇玩意的世界，而（半）科技化的日常生活代價是將時間的概念碎片化，也因此，人們亟需一種研究無聊（boredom）的社會學；二、新興城市現象帶來功能主義（functionalism）的興起，日常生活被當作包裝紙一般對待；三、女性報章雜誌的湧現，鼓吹了一種「世界性的女性氣質」的意識型態，和以符號宰制一切的一種「偽日常」（pseudo-everyday）；四、新的大眾傳播媒介枯竭了日常事件的意義，廣播與電視將日常生活從它的語境中抽離，只強調生活中那些五彩繽紛的、奇怪的或悅目的東西。Sheringham 指出，Lefebvre 對傳媒將日常的意義符號化／去脈絡化的批判，乃是受到了巴特（Roland Barthes）《神話學》（*Mythologies*）的影響（pp. 150-151）。

Sheringham（2009）論及法國哲學家 Michel de Certeau 對日常生活之實踐的理論時，Sheringham 指出，de Certeau 認為日常（quotidien）的積極意義可以從「說故事」的敘事性裡取得。然而，這個「日常」並非一個等待被描述或解碼的奇觀，而是一個行動的場域（a field of action）。於 de Certeau 而言，這個場域或空間總是被具有積極動能的他者所規範的；de Certeau 所稱的他者，即是敘事者說故事的對象，意即讀者。關於日常敘事的核心精神，即是一種能夠激發讀者連結自身現實生活經驗的敘事性的生產（pp. 45-47）。Sheringham 也將美國維根斯坦學派哲學家 Stanley Cavell 討論「平常」（the Ordinary）的觀點，與 de Certeau 對日常的理論相提並論，認為他們都強調了維根斯坦將文字語言從抽象層次拉回到日常使用的基進企圖，建立「平常」為一種測量的標準，以抵抗建置化了的專門知識所製造的權威。Cavell 認為專門化了的知識將「平常」推向邊緣，平常的事物看起來反而變得古怪、神秘，甚至可怕。他主張我們應該重新訴求對平常語言的使用，讓這樣的語言連結我們與世界，以及我們與他人在現實生活上的一體性。將文字

語言返回它們的日常使用上，是一種讓我們承認與他者之間具有共通性、而非獨特性的宣告方式。Cavell 強調：「堅信『平常』，即是對『否定他人存在』之排他性格的一種有力抵抗」（p. 229）。

在一些西方攝影理論中，也有關於以照片作為日常或常民生活之敘事的討論。Geoffrey Batchen（2002）分析西方攝影史的書寫時，指出具有地域特色、通常是由不知名的、業餘的、勞動階級的人拍攝的「民間照片」（vernacular photography），在二十世紀後期絕大部分的攝影史裡被忽略，因為主流攝影史的書寫者，頑固的將重點放在攝影這個媒介的藝術創作企圖與成就上，從而排除了其他所有的攝影類型或功能。Batchen 說道：

簡言之，民間照片是攝影的附屬物（parergon），這部份歷史被推到了邊緣（或者被推出邊緣之外，被人遺忘），為的是限定在這個攝影史的大業中哪些合適，哪些不合適。所以攝影史就有了一個真空，一種缺席（Batchen, 2002／周仰譯，2015，頁 61-62）。

John Berger（2013）在 *Another Way of Telling* 關於「攝影的俗民用途」（A Popular Use of Photography）一節裡，從匈牙利攝影家柯特茲（André Kértész）拍攝的一張士兵與家人道別的照片，討論記錄常民生活的照片，如何為記錄歷史做出貢獻。Berger 根據柯特茲的圖說訊息「一位紅軍騎兵正在離開，1919 年 6 月，布達佩斯」，仔細追溯 1918 年歐戰結束後的歷史：西方盟國與蘇聯和東歐的緊張關係，使剛成為社會主義國家的匈牙利紅軍，被迫繼續捲入終於失敗的戰事裡。Berger 指出，要閱讀這張照片，必須知道那段歷史背景；然而，照片的閱讀方式並不侷限於作為歷史見證的功能。他仔細描述這張照片中正要離開的士兵與妻子之間的目光交會，如何讓一張常民夫婦離別的照片，及其所保

存下來的生活經驗與私人記憶，成為歷史加諸民眾身上之暴力與殘酷的抵抗方法。「所有的照片都可能為紀錄歷史做出貢獻，」Berger 說，「而在今天這種特殊的情境下，任何照片都可能被用來打破歷史霸權對時間的壟斷宰制」（Berger & Dyer, 2013／吳莉君等譯，2016，頁 108-119）。²

Batchen 與 Berger 對照片的常民使用，及其可能發揮的政治性意義，在以色列攝影理論家 Ariella Azoulay（2012）的近作中，得到呼應與論述上的發揮。Azoulay 在建立關於「攝影的政治本體論」（political ontology of photography）的理論時，提議我們重新思考「政治想像」（political imagination）的邊界與限制，並提出「公民想像」（civil imagination）作為介入政治的路徑（p. 1）。她認為「攝影是一個獨特的事件，在於它讓相機、照片，或它們假設的存在狀態，銘刻了某種無法讓渡也無法被抹消的觀點，讓人們在其中彼此相遇」（p. 27）。Azoulay 的主張，相當程度地也呼應了 Cavell 以語言文字建立我們在現實生活經驗上與他人之共通性或一體性這樣的主張。

綜觀上述對日常生活的相關主張，Lefebvre、de Certeau 與 Cavell 都主張日常並非奇觀，亦非特殊的、結構之外的殘餘瑣碎生活，但是專門化的知識卻將平常變成了古怪、神秘的東西。Lefebvre 對日常生活的批判，包括現代社會將日常生活等同於從工作中切割出來的休閒活動，使日常生活變成娛樂、消費、打發無聊、逃避工作裡的不滿，以及以消費文化符號取代現實，特別是對傳媒枯竭了日常的意義、抽離其語境、強調生活中的奇怪或繽紛悅目之物的分析，對本文就 WPP「日常生

² Berger 的「攝影的俗民用途」一節，取自張世倫（2007）翻譯的《另一種影像敘事》（*Another Way of Telling*）中〈外貌〉這一章。此章翻譯內容之後被收入 John Berger 著，吳莉君、張世倫、劉惠媛譯（2016），《攝影的異義》。

活」類得獎作品的分析工作，特別具有理論上的參照價值。

而幾位評論者則指出，日常生活的攝影具有連結並關照人們彼此在現實世界中之生活經驗的作用，一如 Cavell 的提議，以平常的語言重新連結他人的現實生活，因此它也具有政治和行動意義。然而，從 Berger 到 Azoulay 對常民或公民影像的政治性期待，並沒有在 WPP 所代表和引導的全球主流媒體的新聞攝影實踐中。一個主要原因是，WPP 呈現的「專業」新聞攝影與「日常生活」影像的操作概念，來自一個鞏固了新聞攝影傳統長達 80 年之久、影響深遠至今不衰的媒體：《生活》雜誌。因此，在討論 WPP 之前，本文先回顧《生活》雜誌，並分析它對今日之新聞攝影與「日常生活」類作品所產生的巨大影響。

參、《生活》雜誌對新聞攝影與「日常生活」照片的影響

美國《生活》雜誌成為大開本形式，以新聞攝影為主要內容的畫報新聞週刊，發軔於 1936 年，老闆是《時代》雜誌的創辦人 Henry Luce。³ 新的形式與內容取向的《生活》週刊，在創刊之初即迅速取得銷售上的成功；在最高峰的時期，每週的刊物銷售可超過 1,350 萬份。

³ *Life* 雜誌於 1883 年即存在，為一份內容輕鬆幽默、兼及時論的刊物。Henry Luce 於 1936 年為了使用 *Life* 這個刊物名稱而買下這份雜誌，改變其編輯方式與版型，成為一份大開本的新聞週刊，經營至 1972 年。此後六年因為經濟因素與電視媒體崛起等影響，*Life* 改為以特刊方式不定期出刊。1978-2000 年的 *Life* 雜誌改以月刊形式繼續出版；在 2004-2007 年間，則以夾報方式隨全美 60 餘家報紙每週免費贈閱讀者。2008 年 *Life* 與 Google 合作將該刊物的照片建檔，2009 年則成立 *Life.com* 的線上服務至今。資料取自 [https://en.wikipedia.org/wiki/Life_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Life_(magazine))。

由於巨大的發行人量帶來鉅額的廣告收入，《生活》的零售價極低，每份只要當時的美金一角（10 cents），換算成今日幣值也只有 1.71 元美金。如此的低售價與高銷售量，表示在經濟大蕭條的 1930 年代後期的美國，不同社經條件的人都可以買得起、讀得到《生活》週刊。這也就意味著《生活》週刊無論在政治上或文化上，在當時都是美國以及國際上最具影響力的大眾傳播媒介之一；它主宰了美國平面新聞傳媒市場長達 40 年之久，也帶動了美國國內與西歐國家在類似刊物上的相繼出版，例如美國在隔年創刊的 *Look* 雜誌、英國於 1938 年創刊的 *Picture Post*，以及法國同樣在 1938 問世的 *Match* 雜誌。⁴

在內容取材和圖文編輯風格上，《生活》裡的報導與故事，以照片為主、短圖說文字為輔的編輯概念，從硬性政治新聞到軟性生活資訊，基本上是一份蒐集各類視覺奇觀的「娛樂性」媒介。Luce 在創刊號上的發刊詞，生動地為這份刊物看待照片與新聞攝影的方式定了調：

看看生活；看看世界；見證偉大的事件；看看窮人的面容與自豪者的姿勢；看看奇怪的事物——機器、軍隊、群眾、叢林裡和月亮上的陰影；看看男人的工作——他的繪畫、高塔和發現；看看數千哩之外的事物，藏在牆後與屋內的事情，與危險之事；看看男人所愛的女人，和很多的孩子；看看，並且從中得到愉悅；看看，並且為之驚奇；看看，從而得到指導…
(Kunhardt, 1986, p. 5)

這段發刊詞描繪《生活》的「觀看之道」，在於它意圖通過照片，將一切事物的意義均質化為「看一看」的樂趣，無論照片中的事物是新鮮

⁴ *Match* 在兩年後停刊，復於 1949 年以 *Paris Match* 的刊名重新出刊。需要一提的是，1936 年創刊的 *Life* 雜誌，並非這類大開本圖片畫報的首創，開風氣之先的是法國於 1928 年創辦的 *Vu*。

的、驚異的、奇觀的、愉悅的，或者是重要的公共資訊與議題，最終皆扁平為一種旁觀他人／名人的生活與奇異世界的視覺消費經驗。⁵

如前所述，《生活》在高峰期的巨大發行與銷售量，讓它對政治與文化的影響力不僅發生在菁英或中產階級，也及於普羅大眾。Dolores L. Flamiano (2000) 在研究《生活》如何製造集體記憶與性別刻板的博士論文裡，針對該雜誌的圖片故事 (photo essay)、美女照片壁掛 (pin-up) 以及「生活回顧」系列 (LIFE retrospective) 等三種照片的組織與生產形式，分析《生活》雜誌如何以攝影製造出比生活本身意義更強大 (larger than life) 的「生活影像」。Flamiano 的結論是，這些《生活》照片的整體效果，打破了新聞-娛樂、虛構-非虛構、高眉-低眉的區分，鞏固並強化了性別、種族、階級上的差異，同時堅定維護「攝影真實」(photographic truth) 的神話；這些研究歸納的影像效果，對二十世紀的美國與全球文化產生了相當大的影響。

例如，在性別意識型態的建構上，僅僅從《生活》的發刊詞裡即可清楚看到，這份刊物是如何將「男人-女人」的既有位置或社會角色，鎖定在主導-從屬、觀看者-被觀看者的關係裡。筆者在 *The Best of LIFE* (Scherman, 1973) 中「多樣的生活」(The Variety of Life) 一章裡發現，章首的照片，是該刊物極少數女性攝影師之一的 Nina Leen 的作品。她安排一位紐約州的中產家庭主婦，手持掃帚面帶笑容的站在圖中，四周圍繞著她一個禮拜需要做的標準的家事工作量 (圖一)。接著此圖的下兩頁裡，更令人錯愕的展示著《生活》曾在刊物中指導過美國女性「如何在丈夫面前寬衣解帶」的一組不良以及另一組良好示範 (圖

⁵ 例如，John J. Curley (2012, pp. 240-241) 在一篇針對 1944 年 5 月 22 日《生活》週刊之 Picture of the Week 令人驚駭的照片 (一位女士注視著桌上一個美國士兵男友從戰場寄來的禮物——某個日本士兵的頭骨，寫著一封致謝卡)，討論《生活》照片將不可思議的事物傳遞給遠方觀者的特質。

新聞攝影裡「生活」與「日常」的奇觀化：World Press Photo「日常生活」類得獎作品分析（2010-2016）

二；圖三）。Flamiano（2000）則以刊物提供的女明星照片壁掛所塑造的「女性氣質」，指出這些流通極廣的《生活》壁掛照片不僅成為二戰時的女性形象與愛國主義表徵，也讓這些偶像在大眾媒介的矩陣裡，互文於雜誌、電影與廣告之間，模糊了文化位階的疆界。

圖一：美國中產家庭主婦一個星期的家事工作量*



* Nina Leen 攝影。（©Time, Inc.）

資料來源：《The Best of Life》(p. 96), by Scherman, D. (Ed.), 1973, New York, NY: Time-Life Books.

圖二：「如何在丈夫面前寬衣解帶」的不良示範*



* 《生活》雜誌指導美國女性「如何在丈夫面前寬衣解帶」的不良示範。
(©Time, Inc.)

資料來源：《The Best of Life》(p. 98), by Scherman, D. (Ed.), 1973, New York, NY: Time-Life Books.

圖三：「如何在丈夫面前寬衣解帶」的良好示範*



*《生活》雜誌指導美國女性「如何在丈夫面前寬衣解帶」的良好示範。
(©Time, Inc.)

資料來源：《The Best of Life》(p. 99), by Scherman, D. (Ed.), 1973, New York, NY: Time-Life Books.

如果好萊塢性感女星的海報照片都可以成為激勵美軍之愛國主義情緒的話，來自戰地的具有明顯愛國主義之符號意涵的照片，《生活》就更喜愛使用了。二戰期間最有名的戰地照片之一，是美聯社攝影記者 Joe Rosenthal 在 1945 年 2 月於美軍搶登硫磺島之後的士兵插旗影像。Melissa Renn (2015) 對這張因被懷疑擺拍而備受爭議的著名照片做了仔細的分析，不僅證明了此作確實是當時攻佔灘頭後插旗行動的一個重演 (reenactment)，而且發現一張戰地紀實照片的語意，可以如此快速的轉化為美軍在戰場上得勝的愛國主義話語，並最終成為盟軍勝利的國

際象徵符號 (p. 253)。Renn 指出，《生活》的編輯當時明知這張照片具有爭議，但遲疑之後仍決定刊登，是將此作視為一幅能有效觸動讀者情感的影像，而不那麼是一張戰爭紀實。這張動人的影像連結著西方繪畫歷史的相似傳統，更甚於報導戰爭的攝影傳統 (p. 261)。新聞照片的構圖內容與影像符號，連結西方藝術典故與繪畫傳統，是從《生活》到 WPP 新聞攝影的主要表現手法之一，本文稍後分析 WPP 作品時，會回到這個論點上。

Henry Luce 與《生活》週刊的右翼政治立場，不僅反映在他們的愛國主義／國家主義意識型態上，也表現在其反共、反猶 (anti-semitism)、反法西斯、種族主義與菁英主義的態度上。Willa M. Johnson 與 Kirk A. Johnson (2016) 從《生活》在 1939 年拒刊猶太裔德國藝術家 Karl Schwesig 關於納粹早期暴行照片的事件，深入耙梳了《生活》顯露的政治意識型態與編輯決策機制。此研究的有趣論點是，何以一份反法西斯、且後來與德國納粹政權交戰的美國刊物，會退稿 Schwesig 揭露納粹暴行的作品？W. M. Johnson 與 K. A. Johnson 的研究發現，儘管《生活》反對歐洲法西斯政權，但該週刊在 1939 年對希特勒的報導方向與描寫重點，仍將他處理成與其他西歐國家領袖一樣的政治名流，報導其休閒生活的一面。

至於 Flamiano (2000) 在博論所研究的圖片故事，作者認為是《生活》對大眾傳播最受推崇、最具貢獻的一個攝影敘事形式，它影響了紀實攝影、電影和廣告的視覺敘事概念。筆者就《生活》雜誌精選的歷年最佳圖片故事作品 (Sullivan, 1978) 的閱讀經驗，發現 photo essay 這一攝影敘事形式不僅影響了電影，也受到劇情電影敘事的交互影響。在圖片故事的某種起承轉合的敘事與編輯架構，相當程度的擬仿或呼應著好萊塢傳統劇情片分鏡圖式的線性結構，充滿了故事性與戲劇感。當然這

主要是圖片編輯從攝影記者的底片印樣裡挑選組織出來的架構，但是這樣的編輯理念，也深刻影響了新聞攝影記者在為系列故事做攝影報導時取鏡的選擇。這個交互影響的效果，將在本文討論 WPP 得獎作品案例時具體分析。

《生活》從內容取材傾向、性別意識型態建構，到刊物的政治立場，可以在 *The Best of LIFE* 這本大開本精裝畫冊中一覽無遺。由「時代公司」(Time Inc.) 編輯出版的這份《生活》雜誌創刊 36 年來的攝影作品精選集，⁶ 其目錄依照照片內容編選出 18 種主題類別：存留的瞬間 (The Moment Preserved)、運動員 (The Athletes)、關於圖片 (Speaking of Pictures)、領袖 (The Leaders)、多樣的生活 (The Variety of Life)、科學與太空 (The Sciences...and into Space)、奇異的與真實的時尚 (Far-out Fashion...and Real Fashion)、黑人主張 (The Black Cause)、地景 (The Land)、士兵 (The Soldiers)、孩子 (The Children)、動物 (The Animals)、趕流行的人 (The Faddists)、人物 (People)、成長 (Growing up)、藝人 (The Entertainers)、圖片故事 (The Photographic Essay)、生活裡的趣味 (Fun out of Life)。

這些內容類型裡的代表性照片，可以充分反映本文前述關於《生活》的幾種主要特質：它有興趣的題材與捕捉的「新聞攝影」瞬間，大抵具有高度視覺特殊性、聳動性與娛樂效果。所有照片都符合此雜誌那段著名發刊詞揭櫫的「看一看」以得到樂趣或為之驚奇這種視覺消費概念；而其國族、性別、階級的政治位置，清楚呈現著美國白人男性中心、愛國意識，與菁英主義的取向。「領袖」與「人物」類的照片，幾

⁶ 類似的出版品非常之多，例如：*LIFE: The First Fifty Years, 1936-1986* (1986), *LIFE Sixty Years: A 60th Anniversary Celebration, 1936-1996* (1996) 等。這些圖片選集的方向都很類似，*The Best of LIFE* 可作為代表的文獻。

乎全是男性的政治與文化藝術思想界名人，女性則全部落在「時尚」、「多樣的生活」與「藝人」這些類目中。

The Best of LIFE 的主題類別，也成為 1955 年迄今在 WPP、NPPA⁷ 等專業新聞攝影大賽之獎項分類的濫觴或參照，以及美國影響著全球新聞攝影教學的專業分類概念。⁸ 例如，WPP 目前的獎項裡，「一般新聞」（General News）與「突發新聞」（Spot News）衍生自該書主題裡的「存留的瞬間」，「日常生活」類則是「多樣的生活」加上「生活裡的趣味」等其他幾種類目的結合，而「運動」（來自「運動員」）、「人物」（「人物」加上「領袖」）、「自然」（「動物」加上「地景」）等幾個獎項則一路傳承下來。另外，在 WPP 過往曾經長期設置、之後被刪減或調整的獎項，還包括「藝術與娛樂」類（Arts and Entertainment）、「科技」類（Science and Technology）、「幽默」類（Humor）等等，這些比賽獎項也都可以從該書的主題分類裡，找到其獎項分類概念的源頭。《生活》雖然已停刊，但是它對西方與全球新聞攝影的專業模式，以及其對「日常生活」影像的強大影響力，未曾稍減。除了 WPP 接收了《生活》在新聞攝影與「日常生活」所發明出來

⁷ NPPA 全名是 National Press Photographers Association（全美新聞攝影記者協會），創立於 1946 年，是美國國內規模最大、歷史最久的新聞攝影專業組織。他們每年舉辦全國攝影比賽，但由於 NPPA 的收件對象是美國國內的攝影記者或相關系所學生的作品，它在國際能見度上，後來遠不及荷蘭的 World Press Photo，或美國國內的 Pulitzer Prize 之新聞攝影獎項。

⁸ 例如，美國在新聞攝影專業上被廣泛使用、也普遍被其他國家大學圖書館收藏的暢銷與長銷教科書，是 Kenneth Kobré 的 *Photojournalism: The Professional Approach*。自 1980 年出版以來，此書在 1991、1996、2000、2004 與 2008 年分別出版了六個版本，新聞攝影作品案例逐版更新，但目錄頁裡的新聞攝影分類方式則幾乎一成不變，仍是套用既定的分類方式。參見 Kobré（1996, 2000, 2004, 2008）。

的「傳統」，臺灣的新聞攝影實踐與常民社會，也受其持續性的影響。⁹

肆、World Press Photo 與「日常生活」

一、對 World Press Photo 的批判研究文獻

如本文前言所述，World Press Photo 是全球規模最大，也是最具影響力的年度國際新聞攝影比賽。從創辦之初的 1955 年，只有 5 位歐洲籍評審，與來自 11 國、42 位攝影師的 300 餘張攝影作品，到 2016 年 128 國、5,775 位攝影師的總共 82,951 張照片，評審團人數也增加到 19 位，WPP 一甲子以來的成長速度與影響力不言可喻。然而，在該組織「技術報告」（Technical Report）裡的另一些統計數字，對本文稍後將進行的分析而言，更值得注意。首先，19 人組成的評審團裡，14 位是歐洲人及美國等來自其他幾個西方國家的專業工作者，只有 5 位是非西方國家的評審。事實上，評審團成員的國籍／地區比例分配，以歐洲／西方國家為絕對多數，每年配置幾位亞、非與拉丁美洲地區的評審作為象徵性的平衡，是 WPP 創辦以來一直不曾改變過的建置。

另外，就參賽者的人數和地區分佈，以 2016 年為例，在超過 100 位報名參賽者的 14 個國家裡，中國於過去 25 年裡蜂擁而至「荷賽」、希望一朝鍍金的攝影師，使其總參賽人數全球居首（1,014 位），美國則僅及其半而居次（512 位）；另一方面，這 14 個國家除了中國，與

⁹ 例如，臺灣高校的新聞攝影教育和業界的實踐，由於受到一些從美國留學回來的教師的影響，過去 30 年來相當程度地移植了美國的專業新聞攝影模式。另外，聯合報系在 2014 年於台北松山文創園區舉辦為期兩個半月的「LIFE：看見生活——經典人生攝影展」，一張票價 220 元台幣，仍能夠吸引大批民眾觀展，可見《生活》影像的影響力仍能維持不墜。

印度、巴西、伊朗（分居參賽人數的第 9、12、13 名）之外，其他 10 國全為歐洲與北美國家。以各洲的比例來看，來自歐洲的攝影師占總參賽人數 46%，亞洲攝影師占 32%（若扣除中國的攝影師人數，則其餘亞洲國家的攝影師只占 14%），而非洲攝影師只有 2%。¹⁰

面對具有如此影響力的國際新聞攝影大賽，晚近一些對 WPP 及其得獎作品的研究，提出了批判性的論點。Brooke Warren（2014）以 2004-2014 在 WPP 與另一個國際新聞攝影比賽 Picture of the Year International 裡，得到各類單張首獎的作品為分析對象，討論這些新聞攝影比賽的得獎作品，如何協助建構了一種區域文化或地理刻板成見（geographical stereotypes）的世界觀。Warren 指出，過去對這類比賽之得獎作品的相關研究，已確認大多數獲獎照片的題材，都以某種形式涵蓋暴力、衝突或苦難等這類主題；但她希望通過那十年裡的得獎作品進一步檢視，這些主題在近十年之間是否有所變化，以及究竟哪些主題在哪些地理區域裡特別容易被凸顯，以至於世界某些地區總是被再現為暴力、悲哀或具有異國情調的地方（p. 4）。

她的研究結論指出，由於在這十年裡的得獎作品，主要來自西方已開發國家之媒體或通訊社的攝影師之手，而許多拍攝取材的地點又在非西方地區，各種因為表象上之淺薄理解所帶來的對事件／議題的過度簡化與誇張處理，讓新聞照片總是持續再現一個國家或地區的負面、奇觀式面向（Warren, 2014, pp. 22-23）。Yang Liu（2013）對 WPP 得獎作品的研究，則放在 1992-2011 的環境新聞影像上。他分析 1992 年「里約熱內盧地球高峰會議」之後的這 20 年之中，得到生態環境攝影獎項的 148 張新聞照片裡，在已開發國家、開發中國家與非政府組織之間的新聞媒體，究竟如何協商影像之「客觀性」與所謂「專業疆界」的問題。

¹⁰ 資料來源參考 WPP 官方網站的 The 2016 Photo Contest: Technical Report。

他也希望探討 WPP 在新聞與全球環境政治裡的專業話語，和它跟意識型態與國際權力運作之間的關係。Liu 的研究發現，已開發國家的新聞媒介控制了關於環境問題的話語權，而對新聞客觀性的那套傳統義理與宣稱，仍紋風不動地被鞏固（pp. 472-476）。

芬蘭學者 Mona Mannevu (2014) 從五張以飢童／營養不良孩童為主題、分別在 1974、1980、1992、2001 和 2005 年得到 WPP 年度最佳照片（WPP of the Year）的作品，探討這些照片對觀者產生的複雜的、令人困擾的訊息，以及它們如何以針對個人苦難和損失的新聞事件，隱藏全球結構性暴力與不平等的困難但重要的問題。作者指出，飢餓兒童的新聞照片，正是 WPP 歷年來得獎次數最多的一種攝影修辭（trope）；這種將特定問題普遍為人飢己飢、世界一家之美好話語的方法，讓個人的情感表達與人道姿態，成為全球性不公平之殘酷現實的解方（p. 135）。作者尖銳剖析這種新聞影像所生產的迷思，是創造一種世界之「無邊界性」（boundarylessness）的幻覺，而這種幻覺之所以有效，乃是根源於西方「自由派之感性政治」（liberal sentimental politics），和基督教道德傳統裡的「愧疚感的政治」（the politics of shame）有緊密關係。Mannevu 提議，分析這種人道式道德訴求的新聞照片，必須深入考察它們在殖民主義與晚期資本主義所製造之全球性不公義的歷史脈絡（pp. 136, 145-146）。

關於 Mannevu (2014) 提到的「攝影修辭」或者照片的「比喻語法」（tropes），兩位荷蘭學者 Marta Zarzycka 與 Martijn Kleppe (2013) 在針對 WPP 於 2009-2011 關於戰爭與災難主題的得獎作品研究中，也做了深入的分析。Zarzycka 與 Kleppe 認為，在全球大眾傳媒對戰爭報導不斷增長的語境中，國際新聞攝影比賽之公共角色的重要性

與日俱增；¹¹ 而像他們自己國家舉辦的 WPP 這樣具有全球影響力的競賽，卻因為印刷媒體將新聞照片從與它所屬的完整故事之意義脈絡中抽離，只引導觀者去欣賞照片的美學表現，從而進入藝廊、海報、看板、攝影集，和當代藝術市集裡。這些作品在成為藝術商品的同時，也以諸般「攝影修辭／語法」誤導了大眾對於特定戰爭或災難的理解方式。作者舉出最常見的影像修辭或象徵符號，包括一個非西方的小女孩、一個哀泣的母親、一個面對軍人的平民百姓、一個深處混亂或廢墟中的倖存者或抗議者，等等。這些影像修辭或符徵反覆出現在題材類似的歷年得獎作品中，不斷形成某些主題表現上的影像變奏，建立起一種無限循環的「圖像主題旋律」（iconographic motives）的修辭概念，有效的訴諸競賽的評審和廣大觀眾（pp. 797-798）。

Zarzycka 與 Kleppe（2013）在那三年的得獎影像裡，歸納了攝影修辭裡四種最常見的特質：（一）身體的在場（presence of the body），通常是戲劇性的姿勢或面部表情的中／近景鏡頭；（二）可識別性（recognizability），存在於西方藝術史或新聞史的文字與視覺文化傳統的修辭／語法上的語意連結或互文；（三）動情的力量（affective power），亦即影像瞬間帶給觀者的情感反映，但同時也可成為時間拉長後仍印象深刻的效果；（四）象徵的近用（symbolic accessibility），以大而籠統的象徵性視覺語彙，如戰爭的恐怖、純真的孩童、愛國者的

¹¹ Zarzycka 與 Kleppe（2013）指出，類似 WPP 這種具影響力的國際新聞攝影比賽，還有 Visa Pour L'image（法國西南部 Perpignan 的一個年度新聞攝影比賽與攝影節）、POY International、普立茲獎攝影獎項，與 Sony 攝影獎等。他們提供的統計資料是，WPP 得獎作品每年到 45 個國家展出，觀眾超過 300 萬人；而年度得獎年鑑以七種語言出版，造訪 WPP 官網的人數每年也有 300 萬人次（p. 978）。根據該官網的「技術報告」，全球每年參觀作品巡迴展覽的人數超過 400 萬人。

勇敢行動、易受傷的女人，或者軍服、武器、屍首、國旗等這類語言學符號，如羅蘭·巴特在 *Camera Lucida* 所說，使「每一個戰爭都成為一個語義學的戰爭」（Barthes, 1981, p. 127）。Zarzycka 與 Kleppe 指出，由於「這些〔在 WPP 競賽裡重複出現的〕攝影修辭，在近年已成為因當代全球報導而大量增長的資料庫裡，一種檔案分類的方式」，使此類研究有其迫切需要（p. 980）。這個意見也呼應了 John Roberts（2009）的看法：

在廣泛的文化衝擊與巨大的發行勢力之下，〔新聞〕攝影比賽已無可避免的將戰爭和暴行照片，定型並保存成為「一個資本主義和帝國主義之超大資料庫」的一部份了（p. 29）。

無獨有偶的，一位 2015 年 WPP 的評審 Marina Pustilnik（2016）在一篇網路文章裡，描述她對於新聞攝影競賽作品中的攝影修辭、陳腔（cliché）、主題的意見。在觀看幾千張參賽照片時，Pustilnik 一面開始筆記這些修辭與陳腔題材：馬戲團（與裡面的怪人）、祖父母（經常是攝影師的祖父母，也經常是瀕臨死亡狀態、在故事結尾會有一張人息床空的照片）、髒兮兮的孩童（通常在難民營、赤貧的村落，或第三世界國家）、斷了手腳／肢體殘障的人、各種各樣的廢墟、某種（無傷大雅的）性愛行為，以及更多的貧窮畫面（通常以黑白照片表現）、更多在難民營泥巴地裡玩耍的孩子、照顧著受傷男人的女人、情緒激動地哭泣的母親或祖母，等等。Pustilnik 也將她所看到的各種陳腔主題或攝影修辭歸為四類，結果和 Zarzycka 與 Kleppe（2013）對 WPP 攝影修辭的歸納所見略同：象徵性的符號、感性的影像、人類可辨識的表情姿勢、西方宗教與藝術典故。

綜觀這些對 WPP 得獎作品之綜合性或特定主題的研究與分析，清晰呈現了 WPP 這個國際新聞攝影比賽機制所反映出來的幾項問題。

Warren (2014) 指出，WPP 協助建立一種對文化或地理上的刻板世界觀，而這種刻板式的影像大多是由西方媒體記者所拍攝，而取材地點則為多為非西方地區。Liu (2013) 則發現，已開發國家的新聞媒介，在環境新聞影像上控制了話語權。這兩位研究者針對 WPP 的新聞類得獎照片指出了上述的問題，而西方媒體記者的影像生產刻板化世界、控制話語權，則可應用到 WPP 的所有競賽類型上，包括「日常生活」類得獎作品，如本文在下一節裡的文本分析。Mannevuolo (2014)、Zarzycka 與 Kleppe (2013) 和 Pustilnik (2016) 研究 WPP 得獎作品裡，大量使用「攝影修辭」、美感化題材、去意義脈絡等的批判性論點，更是本文分析「日常生活」類影像的重要參照。本文以這些研究發現為概念架構與分析基礎，將研究對象聚焦於「日常生活」類的得獎作品上，深入檢視 WPP 的特質與問題。

二、2010-2016 的「日常生活」得獎作品分析

如本文前言裡陳述的問題意識，在傳媒市場邏輯下誕生的新聞攝影，是瞄準特殊事件或特殊瞬間的影像實踐；對關乎一般民眾的具代表性或重要意義，但重複常見、不具影像趣味的日常生活內容，則缺乏報導與拍攝的興趣。而 WPP 卻設置了「日常生活」類的獎項，且報名參賽的作品數量高居不下，是一個值得探討的現象。WPP 這個獎項的得獎作品，究竟描述與記錄了怎樣的日常生活？誰拍攝，誰被攝？是怎樣的題材、影像角度或視覺表現，讓這些日常生活影像成為「得獎作品」？這些日常生活影像究竟是如 Berger 與 Azoulay 對常民影像所期待具有的公民連結之政治性意義，或者是如 Lefebvre 等幾位對日常生活提出批判論述的哲學家所言，只是當代影像媒體從日常生活中繼續製造消

費奇觀性的影像，以打發無聊生活的一種「休閒」功能的視覺材料？本文在此節針對這些問題進行分析，並以內容與文本分析為基礎，提出進一步的立論。

本文以 2010-2016 這七年裡該獎項的得獎作品為分析材料，一是由於 2010 年 WPP 來自全球的參賽人數，達到迄今最高的 5,847 人；而這些攝影師來自 128 個國家，作品總共 101,960 件，到 2010 年為止，也都是新的最高紀錄。¹² 同時，自 1982 年設置「日常生活」獎項開始，此類作品的報名件數，如本文的前言指出，在近年已躍升各類獎項報名作品之首，其數量維持在總作品數的五分之一到四分之一。這個現象不難理解，乃是由於突發或一般新聞事件的現場不易抵達或碰上，但是「日常生活」類的影像則可隨處取材、遍地皆是，讓攝影師有最大的取材空間與彈性。然而，競爭者眾，攝影者就必須花費更多心思在日常中尋找異常，或者將日常賦予「異常化」的影像表現。

本文從這七年的 WPP 得獎作品年鑑中，整理出包括「單張照片」與「系列故事」首獎至三獎作品的拍攝地點和攝影者的國籍，表列如下。

¹² 參賽人數次高者是 2016 年的 5,775 人，而在 2010-2016 年間，每年的參賽人數都穩定維持在 5,200 多人以上，來自 124-132 個國家，參賽作品總數則在 80,000 多件到 100,000 多件。參考資料同註 8。

表一：WPP「日常生活」類 2010-2016 年「單張照片」(Singles) 與「系列故事」(Stories) 得獎作品之取材地點，與攝影師的國籍

獎項 年度	1 st Singles	1 st Stories	2 nd Singles	2 nd Stories	3 rd Singles	3 rd Stories
2010	東京 (德國)	秘魯 (秘魯)	莫三鼻克 (法國)	印度 (美國)	美國 (義大利)	英國 (英國)
2011	索馬利亞 (索馬利亞)	印度 (荷蘭)	紐約 (德國)	獅子國 (西班牙)	孟加拉 (孟加拉)	尼泊爾 (丹麥)
2012	北韓 (波士尼亞)	阿根廷 (阿根廷)	剛果 (挪威)	波利維亞 (義大利)	海地 (荷蘭/ 義大利)	莫斯科 (俄國)
2013	西非幾內亞 比索共和國 (葡萄牙)	義大利 (義大利)	義大利 (丹麥)	義大利 (義大利)	美國 (丹麥)	薩爾瓦多 (智利)
2014	緬甸 (德國)	薩爾瓦多 (薩爾瓦多)	敘利亞 (美國)	巴勒斯坦 (約旦)	馬來西亞 (英國)	剛果 (捷克)
2015	中國 (中國)	蒙古 (義大利)	西班牙 (瑞典)	孟加拉 (孟加拉)	以色列 (瑞典)	日本 (義大利)
2016	中國 (加拿大)	南極 (澳洲)	巴西 (巴西)	中國 (加拿大)	澳洲 (澳洲)	巴西 (西班牙)

註：得獎作品之取材地點列於表格中第一行；攝影師的國籍顯示於括弧內。

資料來源：本研究整理

從這份列表可以看到，過去七年來在「日常生活」類的 42 組得獎作品裡，拍攝題材的地點在非西方國家或地區的作品有 32 組（除兩組來自日本，其他 30 組的拍攝地點皆在第三世界地區），占總得獎作品數四分之三；而這 32 組作品裡，就有 22 組的攝影師來自西方國家。如果只計算首獎作品則比例更高：過去七年 WPP「日常生活」類在單張與系列的 14 個首獎中，高達 13 組作品的題材來自非西方國家，而其中

8 位是西方國家的攝影師。

此外，從 2010-2016 的 WPP 得獎年鑑中，七年來評審團名單的國籍分佈來看，19 名評審委員裡，來自西方國家的評審每年皆在 13-15 位，而非西方國家評審則是 4-5 位。其中，只有 2014 年的非西方評審有 6 位，但在 19 名評審裡仍不到三分之一，為絕對少數。另外，2015 年的評審是 17 位，非西方國籍的評審只有 4 位。2010 與 2012 年的西方與非西方國籍之評審人數是 15:4，2011、2013 與 2016 年的人數分配則是 14:5。WPP 歷年來得獎作品很大比例出自西方攝影師之手，與評審團的西方——非西方國籍人數分配比例的懸殊，很難沒有一定的正相關性。Warren（2014）與 Liu（2013）論及西方媒體的影像刻板化非西方地區，並控制著影像話語權的研究發現，可以在 WPP 之「日常生活」類得獎作品裡得到類似的印證。

拍攝題材方面，14 組首獎作品的影像及內容概要，列表如下。

表二：WPP「日常生活」類 2010-2016 年「單張照片」（Singles）與「系列故事」（Stories）首獎作品圖檔與內容簡介

類型 年度	單張照片首獎	系列故事首獎
2010	 <p>東京地鐵尖峰時間一個被擠壓在車門玻璃上、閉目宛如密閉空間之死者的女乘客的臉</p>	 <p>秘魯首都利馬的一位 13 歲自閉青少年的精神狀態</p>

2011		索馬利亞男子扛著一隻大鯊魚走過首都街頭		印度加爾各答、孟買等大城市的繁忙交通與人群
2012		北韓平壤市區封閉建築中的一幅金日成照片		阿根廷首都一位老人照顧他的阿茲海默症伴侶
2013		西非幾內亞比索共和國玩足球的青少年與孩童		義大利羅馬一位照顧阿茲海默症老伴的老婦人
2014		緬甸卡欽族獨立軍在他們長官的喪禮上唱歌		薩爾瓦多被幫派流氓謀殺的受害者的衣服殘骸
2015		中國四川彝族自治州樹林中的牲口交易市場		蒙古國在經濟成長後的傳統生活與現代變貌
2016		中國山西大同燃煤煙囪排放大量碳污染的工廠		南極圈科學觀測站裡各國科學家的生活剪影

註：「系列故事」的首獎作品，則以其中一張作為代表。

資料來源：本研究整理

若僅從以上羅列的得獎作品之題材內容來看，不能否認擁擠的東京地鐵、印度大城裡的忙亂交通、老人照顧行將就木的失智老伴、薩爾瓦多比例甚高的凶殺案件、蒙古國的經濟與社會變貌，或者中國北方工業地區的嚴重二氧化碳排放與空污等等，都是世界各地日常生活場景裡的真實現狀，或者可以撞擊人們情感與認識的攝影故事。然而，當世界任何角落的日常生活都可以形成動人的故事時，任何日常生活的題材與故事，也都可以因為攝影的觀看與表現角度，將這些在當地司空見慣的題材特殊化、藝術化、奇觀化，而離開它們的日常性意義，把重點轉化成為他人的凝視樂趣，或在生活／文化經驗上新鮮、「怪異」的視覺衝擊。因此，我們必須進入這些作品的影像文本細節裡，細讀其影像表現特色，或 Mannevuò（2014）所提的攝影修辭（trope），才能準確理解這些得獎的日常生活照片，究竟生產了怎樣的影像話語或效果。

本文根據文獻回顧中 Lefebvre 對日常生活批判的研究洞見，與針對 WPP 得獎作品及對此比賽機制的一些批判性研究，作為此研究之問題意識的部分來源，和分析架構的主要基礎，將 WPP 過去七年裡的「日常生活」類得獎作品的攝影語彙或表現概念，歸納為四種特質：異國情調元素、藝術性表現、戲劇性效果、攝影修辭。其中不少作品兼有兩種以上的特質，以下僅各以兩組作品為例以分析每種特質。

（一）異國情調元素。2011 年的單張照片首獎是扛著鯊魚走過索馬利亞首都街頭的男子（圖四）。這張照片若以新聞攝影的「專業標準」來看，沒有任何構圖、快門或色彩光影上的特色，從攝影技術表現的角度，是一張十分「平庸」的照片。它能得到首獎，很顯然的是這名男子以肩扛鯊魚走去市場販賣的景象，在世界其他地區十分少見，成為一種視覺趣味。當然，男子與鯊魚後方街邊，被政府軍與伊斯蘭基進組織交戰所炸毀的部分房舍作為背景，讓這背鯊魚路過的男子的影像，更

增加了某種魔幻寫實的趣味。

圖四：一名扛著鯊魚走過首都街頭的索馬利亞男子*



* (©Feisal Omar)

資料來源： *World Press Photo 11*, (pp. 100-101), by Lundelin, K. (Ed.), 2011, London, UK: Thames and Hudson.

同年的系列故事首獎，是印度加爾各答、孟買市街裡的車流和人潮（圖五）。印度的城鄉景觀，對西方世界是一個特別具有他者之神秘性與異國風味的文化場景；這組作品的影像表現，依然在此種文化獵奇的視覺效果上做文章：攝影師以慢快門的較長曝光秒數，將加爾各答穿過街道的電車之黃綠褐色車體表現成一道光束，與路邊等候的艷黃色計程車、二輪人力車，以及街角的攤販、因慢快門效果而像鬼魅般移動中的

新聞攝影裡「生活」與「日常」的奇觀化：World Press Photo「日常生活」類得獎作品分析 (2010-2016)

行人，創造成一幅充滿了豔麗色彩和東方情調的街景。系列中另一張孟買市集的照片，亦以同樣手法表現如幻影般流竄的人潮，穆斯林女性身上顏色豐富的傳統頭巾和服飾，以及地攤上販賣的各種衣飾物品，讓奇麗的色彩主宰了這幅畫面，成為最重要的訊息。無論加爾各答的馬路或孟買的市場，這組「日常生活」影像無關印度大城市的人口壓力、繁忙交通，甚至生活方式；它能得到首獎，極可能只是因為這些異國色彩與虛實相間的影像，吸引了西方攝影評審們視覺審美的眼球。

圖五：印度加爾各答市裡的繁忙交通*



* (©Martin Roemers)

資料來源：World Press Photo 11, (pp. 88-89), by Lundelin, K. (Ed.), 2011, London, UK: Thames and Hudson.

2015 年單張與系列的首獎，同樣呈現這類影像特質。單張得獎作品是四川涼山附近少數民族彝族村人在市郊林間的牲畜市場，攝影師為了取得最大的景深，也使用小光圈、慢快門的表現，讓樹林中的每一頭牲口、每一個人人都清晰可見，也因此畫面中有部分移動中的人的影像模糊失焦成為幻影，與實景產生出另一種如夢境般的額外情趣。而在同年的系列首獎則是蒙古國因礦產而取得經濟快速發展，傳統生活方式面臨消逝、轉型的故事。這組故事題材很有價值，不過圖片故事的「刺點」，可能仍然落在烏蘭巴托市裡帶著紅面具之年輕脫衣舞孃的性感身體，和一個蒙古金屬樂團演唱會上、狀似嗑藥迷幻的年輕樂迷這兩張圖片上。

上述四組作品的攝影者裡，2011 年系列故事的印度城市景觀，出自荷蘭攝影師之手；2015 年蒙古國今日面貌的系列，則是義大利攝影師的作品。這些來自西方攝影師對非西方地區／他者的異國情調題材與奇觀化的凝視，以西方新聞攝影事業長期對非西方地區影像的系統性蒐集或製造的歷史經驗（例如西方媒體／通訊社於全球各地、尤其在非西方世界之駐地攝影記者的佈置，或者 WPP 評審團的國籍比例，等等），我們可以通過一些經典的後殖民理論來理解。例如，薩依德（Edward Saïd）在 *Orientalism: Western Cnception of the Orient* 裡強調，「『東方』本身是一個建構出來的實體」（Saïd, 1978, p. 322）；對西方而言，「東方」是一個事業（career）。薩依德援引傅柯的「論述」概念，指出我們必須將東方主義視為一套論述，才能理解歐洲文化何以能夠「透過一系統性規訓系統進行政治性地、社會學式地、軍事性地、意識型態地、科學地甚或想像式地在管理東方，或甚至生產東方」（p. 3）。這樣的論點，可以協助我們理解 WPP 在西方攝影師再現非西方地區之奇觀式生活影像時，對非西方世界所持續進行的一個「事業」：一

種對非西方世界生活面貌的想像式生產。

至於 2011 年單張首獎的「扛鯊魚的索馬利亞男子」照片，以及 2015 年單張首獎的四川彝族人林中牲畜市場影像，則分別由本國攝影師所作。這些來自非西方攝影師對自己社會與文化的自我奇觀化／自我東方主義化的影像獵取，則可連結至法農（Frantz Fanon）在《黑皮膚，白面具》裡對被殖民者缺乏主體性、只能向殖民者認同的深刻分析。如同序文作者陳芳明所言，「殖民者想盡辦法為被殖民〔者〕塑造形象，被殖民者也依照那樣的形象塑造自己」（Fanon, 1971／陳瑞樺譯，2005，頁 17）；受到荷蘭 WPP 國際新聞攝影大賽的名利召喚、可在西方／國際專業舞台上取得一席之地的非西方攝影師，遂絡繹不絕地以奇觀化自身文化與社會的影像，以博取西方舞台的認可。

（二）藝術性表現。作為競賽的新聞攝影照片，其核心概念就在藝術性的表現能力上，這是筆者多年來觀察各類新聞攝影比賽之得獎作品所歸納出來的一個基本特質。無論「日常生活」類或其他類的獎項，影像通過相機快門機會、構圖、光影、色彩、節奏感、情緒張力等具有藝術感染力的捕捉，是吸引評審和大眾注意的前提性要素。從某個意義來說，每一張得獎照片，程度不同的都展現著攝影師的藝術表現力，而某些作品的「藝術性」安排，則會明顯多於其他作品。

例如 2013 年單張照片首獎，捕捉西非幾內亞比索共和國的一個村落中，在沙土地上踢足球的青少年的畫面（圖六）。非洲孩童在簡陋的場地踢足球，是常見於新聞攝影比賽的「日常生活」題材，對照非洲國家總能在世界杯足球賽中踢近八強的事實，這樣的題材對西方讀者而言，已經具有足夠的異國趣味。在這張特意使用黑白攝影的照片裡，稍微逆光的拍攝角度，讓皮膚黝黑的青少年幾乎成為剪影效果，與奔跑踢球中揚起的沙塵，有如舞台上的某種「乾冰」效果，形成一種充滿韻律

感、節奏感、氣氛十足、賞心悅目的美麗畫面。

圖六：西非幾內亞比索共和國的一個村落中，在沙土地上踢足球的青少年*



* (©Daniel Rodrigues)

資料來源：World Press Photo 13, (pp. 62-63), by Lundelin, K. (Ed.), 2011, London, UK: Thames and Hudson.

2014 年的系列故事首獎，則是通過跟著受害者屍體一起被燒掉的衣服殘留，報導薩爾瓦多每年許多平民被殺害的殘酷事實（圖七）。詭異且諷刺的是，原本應該令人不寒而慄的故事，卻因為這一組衣服殘骸影像本身的某種圖案性，形成了某種另類「視覺美感」，變成一組色彩與布料紋路的視覺設計，甚至「時尚」效果。設若這果真是吸引了評審團眼睛（但也許不能直說）的得獎原因，那麼它也生動的呈現了新聞攝影某種極其殘忍冷酷的本質，以及新聞攝影究竟為了什麼目的而拍的證明。

圖七：薩爾瓦多被殺害民眾在發現後找到的衣服殘骸*



*（©Fred Ramos）

資料來源：World Press Photo 14, (pp. 26-27), by Lundelin, K. (Ed), 2011, London, UK: Thames and Hudson.

（三）戲劇性效果。戲劇性效果通常也是新聞攝影亟欲捕捉的另一個影像表現基本元素，以能讓無聲的靜態影像，盡量提供讀者最大可能的故事性與情緒性效果。戲劇性效果的照片可以存在於單張作品中，但能更好的在系列故事中發揮，這也是《生活》週刊創辦之初所定型的一種攝影呈現方式，即圖片故事。在 2012 年與 2013 年的系列故事首獎，連續兩年頒給以老人照顧其失智老伴的題材，拍攝的內容與表現方式也非常相似，它們都遵循著《生活》對圖片故事所建構出來的一套敘事規範。這套圖片故事的專業模式需要包含的基本元素是：建立環境或場景的畫面、故事主角的肖像（中近景與特寫）、與故事有關的動作影像（action shot）、一些空間或物件的細節特寫、故事轉折性的照片，以及在故事上或氣氛上作為結尾的照片（closing shot）。

因此，在刊登於 WPP 網站之完整版（12 張照片）的 2012 首獎系列故事裡，可以看到在智利首都一對結縭 65 年的老夫妻，以前述影像

表現元素組成的老先生 Marcos 扶持老伴 Monica 的感性故事。場景的建立在他們的臥房展開，以 Monica 的過世、Marcos 到老伴墓地獻花，以及 Marcos 獨自回到屋內拉開窗簾、看著陽台綻放的花朵（意喻孤獨的生活需要以美好、正面的生命態度繼續下去）這兩張影像為結尾，中間穿插編排了 Monica 臉龐的大特寫、乾枯的手握著毛毯的特寫，以及 Marcos 悉心餵食老伴、端菜出來、浴室刷牙、床邊獨坐，與牽著 Monica 通過走道等不同的畫面與生活角落。2013 的系列故事首獎，使用黑白照片表現類似的故事題材，圖片內容的場景和細節描述也大同小異，故事主角則是由妻子 Mirella 照顧她的失智丈夫 Luigi。這樣的戲劇性安排，近似電影製作的分鏡圖（storyboard）；如前所述，此乃當時《生活》在設計圖片故事這種新聞攝影表現形式時，受到好萊塢電影敘事方法的影響（Flamiano, 2000）。

（四）攝影修辭。先前提及，Zarzycka 與 Kleppe（2013）在研究中指出攝影修辭的幾種常見特質之一，是存在於西方藝術史／新聞史的文字或視覺符號，在文化傳統或修辭／語法上可識別的語意連結和互文手法。例如，2012 的單張作品首獎，是北韓建國領袖金日成遺照在傍晚平壤市區樓群中散發光輝的照片（圖八）。這位北韓共產主義獨裁者的照片，在圍樓中被一盞由左側低角度往上打的聚光燈照明，於四周昏暗無人的樓群中單獨被凸顯出來，有如西方宗教裡頭頂有著光暈的聖像繪畫。基督聖像的視覺效果，是這張照片的修辭與譬喻，它在政治意涵上也形成一個嘲諷的影像話語。

圖八：北韓建國領袖金日成的照片，掛在傍晚的平壤市區樓群中*



*（©Damir Sagolj）

資料來源：*World Press Photo 12*, (pp. 74-75), by Lundelin, K. (Ed.), 2011, London, UK: Thames and Hudson.

至於 2016 年的單張作品首獎，則是一幅中國山西省大同市以燃煤為能源的發電廠，在排放巨量廢氣的電廠煙囪群前面，一個上了年紀的男人拉著他的三輪車走在泥濘雪地上（圖九）。加拿大籍攝影師 Kevin Frayer 在圖片說明裡，陳述山西大同是中國產煤最多的地區，年產量超過三億公噸。另一方面，中國各種死亡原因裡，空氣污染占了 17% 之多；而由於中國能源高度依賴燃煤，使中國二氧化碳排放量占全球總量的近三分之一（Lundelin, 2016, pp. 34-35）。然而，這些事實恐怕並不特別是此張作品獲獎的因素。畫面前景那位叼著煙頭、拉車前行的老人，與背景那些發電廠的巨型煙囪，構成一幅視覺上非常安靜平衡的圖像，幾乎有一種西方古典繪畫的韻味。更關鍵的是，這幅影像讓人可以

立刻連結到二十世紀英國重要紀實攝影家 Don McCullin (1994) 在其「英格蘭」系列裡的一幅內容與韻味十分相近的作品 (圖十)。

圖九：中國山西省大同市的發電廠煙囪群前，男人拉著他的三輪車*



* (©Kevin Frayer)

資料來源： *World Press Photo 16*, (pp. 34-35), by Lundelin, K. (Ed.), 2011, London, UK: Thames and Hudson.

圖十：在 West Hartlepool 的鋼鐵鑄造場*



* 英國攝影家 Don McCullin 於 1963 發表的 *England* 系列作品。（©Don McCullin）

資料來源：McCullin, D. (1994). *Sleeping with ghosts: A life's work in photography*. London, UK: Jonathan Cape.

事實上，這個畫面不僅與 McCullin（1994）的紀實攝影名作呼應，它更是 19 世紀英國繪畫史上的一個常見的經典題材與畫面構成，即英國自工業革命以降，中部英格蘭地區煤礦產地的工廠、煙囪、勞動者與生活場景。英國十九世紀以來數量頗多的相關主題畫作裡，從構圖的佈置，到光線、色調與筆觸的處理來看，不少作品對排著空污廢氣之巨型煙囪做為工業革命的象徵符號，帶有相當的浪漫情懷與對工業化之未來的憧憬；例如，19 世紀英國畫家 Edwin Butler Bayliss 描述英國中部煤礦「黑鄉」的新工業地景作品 *Black Country, Night, with Foundry*（圖十一），20 世紀初英國畫家 L. S. Lowry 對工業城市的描繪，或者英國當

代畫家 Ken White 的壁畫（圖十二）。

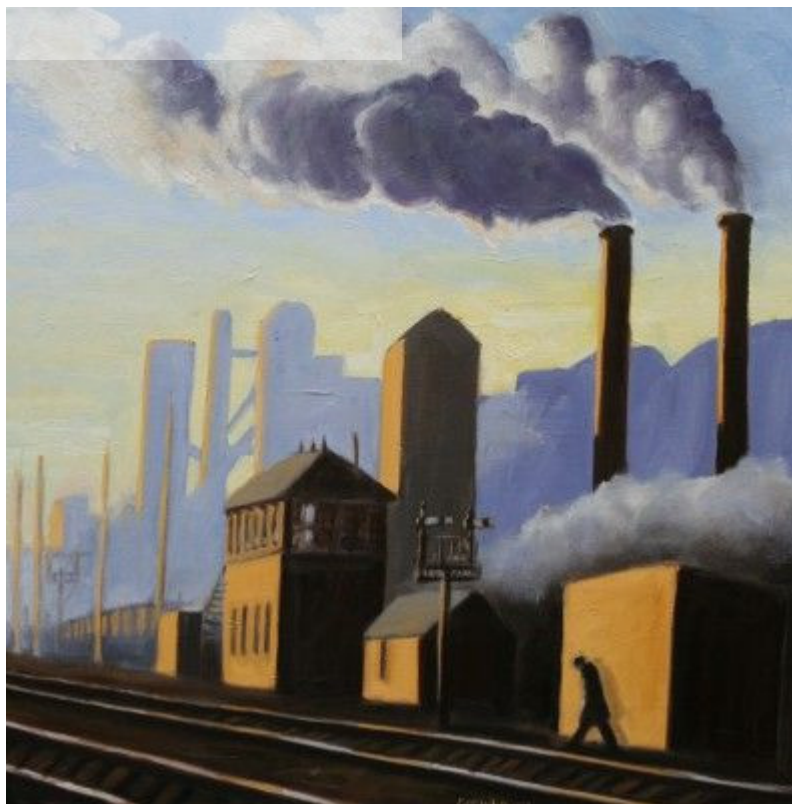
圖十一： *Black Country, Night, with Foundry**



* 19 世紀英國畫家 Edwin Butler Bayliss 的畫作：*Black Country, Night, with Foundry*。（©Wolverhampton Arts and Heritage）

資料來源：*Black Country, Night, with Foundry*. (n.d.). Retrieved from
Wolverhampton Art Gallery Web site:
[http://www.wolverhamptonart.org.uk/collections/getrecord/WAG
MU_OP631](http://www.wolverhamptonart.org.uk/collections/getrecord/WAGMU_OP631)

圖十二：Ken White 的壁畫*



* 當代英國壁畫家 Ken White 的作品：*The Gas Works*。（©Ken White）

資料來源：*The Gas Works by British Contemporary Artist Ken WHITE*. (n.d.). Retrieved from Red Rag Gallery Web site:
<http://www.redraggallery.co.uk/showInventory.asp?iId=11051&title=The%20Gas%20Works&artist=Ken%20WHITE>

在這些藝術典故的視覺與主題互文裡，西方攝影師和以西方為主的評審團，對來自中國山西發電廠空污現場的一張新聞照片，其關切點不見得是中國在工業與經濟的高速發展過程中，製造了多麼嚴重的環境污

染或人民健康問題，而極可能是他們在這張得獎照片裡，發現了一個可以連結到西方社會歷史和文化藝術典故的熟悉的攝影修辭。這個攝影修辭帶來的意義與視覺衝擊，從西方觀者的閱讀經驗來說，也許並不那麼是社會的或政治的，而更多的是藝術的觀看與審美，或者是對西歐工業革命歷史移情至中國場景的一種去脈絡的「懷舊」凝視和意義嫁接。

伍、結語

《生活》雜誌在創辦之初，即發明了一套新聞攝影表現日常生活的拍照方式與取材範疇，例如圖片故事這樣的攝影敘事形式，以及在 *The Best of LIFE* 裡歸納出來的十幾種主題類型。某個意義上可以說，1936 年的《生活》雜誌以攝影和大眾傳媒，重新定義、「發明」了生活。更準確一點的說，是美國資本主義社會在經濟大蕭條的年代，通過平面大眾傳媒所推動、鼓勵的影像消費與商品行銷手法，將照片裡選擇性彰顯的某種生活方式，甜美的推銷到現實裡只能憧憬、可望而不可及的一般閱讀大眾眼前，使得一種對幸福的想像與對遠方、異國之幻想的「生活」影像，如同好萊塢製造的夢幻一般，既成為一種對現實的逃避，又形塑了對他者之日常所難以改變的刻板概念。

WPP 的「日常生活」類作品，承襲了《生活》愉悅或驚奇地「看看生活、看看世界」的基本內涵，但不再僅將這種奇觀化、美感化日常生活之光怪陸離或異國風情的影像消費，通過一本影響力巨大的刊物如《生活》進行傳播，而是通過一個以西方評審機制與人員主導的國際新聞攝影大賽，及其年鑑出版、全球巡迴展覽、網路資料庫等整體行銷機制，更為系統、全面的影響著全世界的新聞攝影規範，和閱讀大眾對日常的想像方式。西方國家的攝影師、圖片編輯與競賽評審，對非西方地

區之文化與日常生活的奇觀化凝視，也影響了非西方地區的在地攝影師，以同樣的角度或口味，對自己社會裡的日常生活進行自我奇觀化的拍攝。2011 年單張照片首獎的「扛鯊魚的索馬利亞男子」，即出自索馬利亞攝影師之手；而得到 2014 年系列故事首獎的薩爾瓦多被殺害民眾之衣服殘骸照片，亦是薩爾瓦多攝影師的作品。

來自現實題材或場景的新聞紀實攝影，因為去脈絡的擷取了現場的片段，而常常是以現場的影像遮蔽了觀者對現實的深刻理解。奇觀化、美感化的日常生活影像也會造成這樣的效果，如同 Lefebvre 具深刻批判力的洞見，即當傳媒將日常從真實生活的意義脈絡中抽離、枯竭之後，這種去脈絡的日常生活影像，只能成為人們在瑣碎化生活裡打發無聊的「偽日常」與消費品。在本文分析的首獎作品裡，諸如自閉症兒童、阿茲海默症老人、大都會的人口與交通壓力，或亞洲新興工業國家的城鄉發展與環境問題等等，都是重要的、需要關注的日常生活議題。

然而，這些題材的攝影實踐，如何能成為 Batchen 或 Berger 主張的以日常照片之俗民使用，發揮其政治性的意義，或者成為 Azoulay 所倡議的「公民想像」的媒介，而不是成為西方媒體文化霸權的視覺消費品與剝削對象，則是筆者建議新聞攝影研究者與實踐者需要共同展開的思考。這項思考，必須回到 Lefebvre 對資本主義消費文化長期以來如何宰制／規訓媒體的影像生產，同時割裂人們對工作——休閒——日常的內在關係等這些結構性的批判論述上，才有可能尋求根本的解放之道。

參考書目

周仰譯（2015）。《每一個瘋狂的念頭：書寫、攝影與歷史》。北京：中國民族攝影藝術出版社。（原書 Batchen, G. [2002]. *Each wild idea: Writing, photography, history*. Cambridge, MA: MIT Press.）

- 吳莉君、張世倫、劉惠媛譯 (2016)。《攝影的異義》。台北：麥田。(原書 Berger, J., & Dyer G. [2013]. *Understanding a photograph*. New York, NY: Aperture.)
- 陳瑞樺譯 (2005)。《黑皮膚，白面具》。台北：心靈工坊。(原書 Fanon, F. [1971]. *Peau noire, masques blancs*. Paris, FR: Editions du Seuil.)
- 張世倫譯 (2007)。《另一種影像敘事》。台北：三言社。(原書 Berger, J., & Mohr, J. [1982]. *Another way of telling*. New York, NY: Vintage Books.)
- Azoulay, A. (2012). *Civil imagination: A political ontology of photography*. London, UK: Verso.
- Barthes, R. (1981). *Camera Lucida: Reflections on photography*. New York, NY: Hill and Wang.
- Curley, J. (2012). Bad manners: A 1944 Life magazine “Picture of the Week”. *Visual Resources*, 28(3), 240-162.
- Flamiano, D. L. (2000). *Larger than life: Collective memory and gender in LIFE magazine’s photographic essay, photographic pin-up, and commemorative photojournalism*. Unpublished doctoral dissertation, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Johnson, W. M., & Johnson, K. A. (2016). Karl Schwesig’s *Schlegelkeller*: anatomy of rejected warning of prewar violence at LIFE magazine. *International Journal of Politics, Culture and Society*, 1-22.
- Kobré, K. (1996). *Photojournalism: The professionals’ approach* (3rd ed.). Boston, MA: Focal Press.
- Kobré, K. (2000). *Photojournalism: The professionals’ approach*, (4th ed.). Boston, MA: Focal Press.
- Kobré, K. (2004). *Photojournalism: The professionals’ approach*, (5th ed.). Boston, MA: Focal Press.
- Kobré, K. (2008). *Photojournalism: The professionals’ approach*, (6th ed.). Boston, MA: Focal Press.
- Kunhardt, P. B. (Ed.). (1986). *LIFE: The first fifty years, 1936-1986*. Boston, MA: Little, Brown and Company.
- Life Magazine. (2016, November 11). Retrieved November 20, 2016, from [https://en.wikipedia.org/wiki/Life_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Life_(magazine))
- Lefebvre, H. (1984). *Everyday life in the modern world*. Trans. S. Rabinovitch. London, UK: Transaction Publishers.
- Lefebvre, H. (1991). *Critique of everyday life, volume I, introduction*. London, UK: Verso.
- Liu, Y. (2013). Professional discourse in winning images: Objectivity and professional boundaries in environmental news images in the World Press Photo contest, 1992-2011, *Chinese Journal of Communication*, 6(4), 456-481.
- Lundelin, K. (Ed.). (2010). *World Press Photo 10*. London, UK: Thames and Hudson.

- Lundelin, K. (Ed.). (2011). *World Press Photo 11*. London, UK: Thames and Hudson.
- Lundelin, K. (Ed.). (2012). *World Press Photo 12*. London, UK: Thames and Hudson.
- Lundelin, K. (Ed.). (2013). *World Press Photo 13*. London, UK: Thames and Hudson.
- Lundelin, K. (Ed.). (2014). *World Press Photo 14*. London, UK: Thames and Hudson.
- Lundelin, K. (Ed.). (2015). *World Press Photo 15*. London, UK: Thames and Hudson.
- Lundelin, K. (Ed.). (2016). *World Press Photo 16*. London, UK: Thames and Hudson.
- Mannevu, M. (2014). Reading the faces of hunger: Disturbing images of child malnutrition in the World Press Photo competition. *European Journal of Cultural Studies*, 17(2), 134-148.
- McCullin, D. (1994). *Sleeping with ghosts: A life's work in photography*. London, UK: Jonathan Cape.
- Pustilnik, M. (2016, February 9). Sex, death, and ruins: WPP jury members about the most cliché pictures. *Bird in Flight*. Retrieved from <https://birdinflight.com/inspiration/experience/sex-death-and-ruins-wpp-jury-member-about-the-most-cliche-pictures.html>
- Renn, M. (2015). 'The famous Iwo flag-raising': Iwo Jima revisited, *History of Photography*, 39(3), 253-262.
- Roberts, J. (2009). Photography after the photograph: Event, archive and the non-symbolic. *Oxford Art Journal*, 32(2), 281-298.
- Saïd, E. (1978). *Orientalism: Western conception of the Orient*. London, UK: Penguin Books.
- Scherman, D. (Ed.). (1973). *The best of LIFE*. New York, NY: Time-Life Books.
- Sheringham, M. (2009). *Everyday life: Theories and practices from surrealism to the present*. Oxford: UK, Oxford University Press.
- Sontag, S. (1978). *On photography*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Stanton, M. (Ed.) (1996). *LIFE sixty years: A 60th anniversary celebration, 1936-1996*. New York, NY: Time-Life Books.
- Sullivan, C. (Ed.). (1978). *Great photographic essays from LIFE*. Boston, MA: Little, Brown and Company.
- The 2016 Photo Contest: Technical Report*. (n.d.). Retrieved from World Press Photo Web site: <http://www.worldpressphoto.org/sites/default/files/upload/WPP16-TechReport.pdf>
- Warren, B. (2014). The world as seen through award-winning photos: How photojournalism contests contribute to geographical stereotypes, *WWU Honors Program Senior Projects*. (Paper 4). Retrieved from http://cedar.wvu.edu/wwu_honors/4
- World Press Photo*. (n.d.). Retrieved from <http://www.worldpressphoto.org/>
- Zarzycka, M. & Kleppe, M. (2013). Awards, archives, and affects: Tropes in the World Press Photo contest 2009-11. *Media, Culture & Society*, 35(8), 977-995.

Spectacularizing Life and the Everyday in Photojournalism: A Critical Analysis on Award- winning Images in the “Daily Life” Category of the World Press Photo Contest, 2010-2016

Li-Hsin Kuo*

ABSTRACT

This paper studies award-winning photographs in the “Daily Life” category of the World Press Photo (WPP) contest during 2010-2016, and analyzes how those images from this influential photojournalistic institution in the West look at “life” and “the everyday”. The essay reviews *LIFE* magazine, from which a certain set of professional conventions in Western photojournalism was “invented”, and explains how it has shaped and encouraged the practices in WPP. The essay argues that award-winning photographic images in this category of WPP from all over the world, particularly those from non-Western areas, have transformed daily lives into cultural/visual spectacles through the contents selected, special angles/visual styles taken, or anticipated readers of the works. Due to the WPP’s immense power in media and culture, this paper further contends that photojournalists from non-Western countries internalize such approaches exercised by Western photographers and jury members, and eventually self-exoticize the

* Li-Hsin Kuo is Associate Professor at the College of Communication in National Cheng-Chi University, Taipei, Taiwan.

新聞攝影裡「生活」與「日常」的奇觀化：World Press Photo「日常生活」類得獎作品分析（2010-2016）

daily lives in their own societies.

Keywords: World Press Photo (WPP), *LIFE* magazine, daily life, photojournalism, spectacularization