

2022年度

群馬県立女子大学 文学部 美学美術史学科

後期日程入学試験問題

## 小論文

試験時間は十三時～十四時までの六十分です。中途退室は認めません。  
途中で気分の悪くなった場合は、黙って手を挙げて下さい。

問題用紙はこの表紙を含めて四枚、解答用紙は一枚です。それぞれが配られたら、指示に従って、解答用紙の所定の欄に受験番号と氏名を記入して下さい。試験開始の合図があるまで問題用紙の表紙をめくって問題を見てはいけません。

受験番号と氏名を記入し終えたら、静かに試験の開始を待って下さい。

# 問題

## 次の文を読み、問いに答えなさい。

### 「盛る」ための写真

写真を撮ったり料理を作る主体のみならず、写真撮影と鑑賞に関わる行為も大きく変わった。大山頭が、写真は「見る」ものから「処理」するものになったと述べているように、写真は、撮る・見るものであるだけでなく、SNSの写真においては「加工」「シェア（共有）」「いいね」することが重要となったのだ。この撮影から共有までの一連の操作は、被写体への態度も変化させた。SNSの写真には、日常の記録や思い出の保存というだけではなく、むしろそれ以上に、ユニークな見た目であることが求められる。よって映える被写体というのは、単に綺麗な色をしているとか、撮影者がおいしそうと思うものというよりは、多くの人の目にとって「面白い」ということになる。それはSNS写真独特の美学である。佐藤卓己が論じるように、こうした写真は、見栄えを優先させる一方、被写体・素材の事実は軽視されがちである。つまり、「データ素材としてのような加工もできるデジタル写真は、記録のメディアというより表現のメディア」となったのである。

SNSで共有される食べ物の写真も同様で、それらは加工されたものも多い。あえて白黒にしたり、コントラストを強めたりするなど、見た目のインパクトを強める工夫がなされている。SNSでは、掲載された写真が実際の姿とは異なることが許容され、むしろ期待されてさえいる。普段の料理や食卓の風景を撮影したものであっても、非現実的な色にはしないまでも、陰影やコントラストの調整は、おいしそうに見せるために重要な表現手段となる。

ただ、食べ物を食べるよりも見るものとして楽しむことがより重要になると、メディアを通じた食の視覚化は、食べることに、さらには作ることを見えづらくする可能性も高い。例えば、SNSに掲載する写真を撮るために大量に料理を注文し食べ残すなど、罪悪感なく食べ物を無駄にすることにものつながりかねない。二〇一九年八月には、大阪のレストランで人数分以上の料理を注文した客が、大量の料理の前に写真だけ撮り、八割以上の料理を残して帰ったことが問題となった。こうした問題の根幹にあるのは、SNSの写真が、皿に盛られた華やかな姿という食の一部のみを切り取ったものだという点だ。その裏には、家畜を育て、漁をし、米や野菜・果物を収穫し、それらの恵みを加工したり、市場に流通させたりという、多くの人々の仕事に関わっている。近年、「農場から食卓へ（Farm to table）」という言葉が注目されているが、生産現場から流通・小売を経て消費者のもとに届くまでの過程は、たとえ「農場からスマホへ」と変わっても忘れてはいけない。

### 情動を引き出す食

なぜSNSなどで共有される写真では、見た目を「盛る」ための加工がなされ、見る人はそれをほぼ当然のように受け入れるのだろうか。そこには、SNSの写真が持つ役割が関係しているように思われる。ネットスーパーの写真と比べてみよう。ネットスーパーの写真は、食べ物（商品）を客に認識させるため（cognitive）のものである。そのためバナナは黄色く、トマトは赤い写真が、ある種の記号として挿入されるのだ。一方、SNSに投稿される写真は、見る者の情動

を引き出すため (affective) のものではないだろうか。大盛りの料理や見た目が派手な食べ物などは、いわゆる「映える」ための写真として、色・見た目が作り出されている。自作料理の写真はどちらかというと「エモさ」を追求したものが多くといえるかもしれない。手作りのケーキや食卓に並べられた数々の料理は、派手さや斬新さというよりも、「おいしそう」とか「こんな料理を作れるなんてすごい」、「自分も作ってみたい」といった、賞賛や羨望・憧れ、共感といった感情を見る者に与える。少なくとも、そうした感情を与えることを意図して投稿されることが多い。

もちろん写真に何が写っているかを認識させることは重要ではあるものの、自作の料理であれ、どこかの珍しい見た目の食べ物や大盛りの料理であれ、何かしらの感情(例えば面白い・楽しい・共感するなど)を抱かせることが、何の食べ物であるかということよりも優先される。ネットスーパーでバナナの欄にトマトの写真が掲載されているのは問題だが、SNSの写真では、それがバナナであろうとトマトであろうと究極的にはどちらでもよく、どのように撮られているか、または加工されているかがより重要なのだ。

情動を引き出すことが主目的になったことで、SNSでは写真に写った食べ物の色を「自然な」色に寄せる必要がなくなった。そのため、全ての写真ではないにせよ、実物を忠実に再現する以外の方法、つまり多くの人が考える自然な色から逸脱した食べ物の見た目を作ることが可能となったのだ。例えば、ネットスーパーの写真ではありえないような、ピンク色のバナナや真っ白なトマトがSNSのフィードに流れてくれば、それは映える写真として、見る人たちの目を引き、「いいね」がたくさんつく可能性が高い。

しかし、ここで重要なのは、ある色・見た目が逸脱であると認識するためには、何がオリジナルかを知っている必要があるということだ。トマトは赤い野菜だという認識がなければ、白いトマトを見て「面白い」「映える」写真だと感じることはないだろう。多くの人が、この食べ物の色はこうあるべきだという認識をある程度共有しているからこそ、こうした逸脱が生まれ、見る人の目を引き、食欲を刺激する(または減退させる)のだ。つまり、ネットスーパーもSNSの画像も、一九世紀末以降の食べ物の色の構築の上に成り立つものであり、色の標準化や人工的に作られた自然な色という概念をある意味でより強固にするものだともいえる。前者は歴史の中で作られてきた自然な色を記号的に利用し、後者はそこからの逸脱を含めた表現という形で。

(久野愛『視覚化する味覚——食を彩る資本主義』、岩波新書、二〇二二年)

## 問い

本文を要約した上で、それを踏まえて傍線部「写真撮影と鑑賞に関わる行為」についてあなたの考えを八〇〇字以内で述べなさい。