総ページ数： p.24

2022 年度

発酵メディア研究ゼミ論文

指導教員：チェン ドミニク

題目

写真撮影の事前イメージと

写真に対する納得感の研究

早稲田大学文化構想学部
表象・メディア論系

学籍番号：1T190753-2

平井　将貴

概論（アブストラクト）

本論文の目的は写真を取る前の事前イメージと撮った写真に対する納得感との関連性を明らかにすることである。SNS が普及した現代において、発信する写真を通じて他者に見られたい自分のイメージを形成するようになった。筆者自身、自分の撮った写真に対する他者からの視線にずっと疲労感を抱いてきた経験や友人が体験した、運ばれてきた料理の納得のいく写真を撮る作業に 10 分も時間をかけて料理が冷めてしまったという話から、写真を撮る際には自分が作りたいイメージが写真の納得感に大きな影響を及ぼしているのではないかと考え、その仕組みを解明しようとした。そこで、丸と三角形と四角形の 3 つの図形が動いている写真を撮影するという実験案を考案し、その写真を撮影する前に事前に被験者が撮りたいと思う理想のイメージを 3 つの図形を用いて作成してもらい、実際に納得感を持って撮った写真を比較を行い、事前イメージと納得した写真との関連性を明らかにしようと試みた。その結果、事前イメージはそのイメージ通りに完璧に写真で再現される必要はなく、納得のいく写真を撮るうえで意識する要素を定めることに影響を与えているという考察にたどり着いた。しかし、写真の納得感には事前イメージだけではなく、撮影方法や個人の感覚など多くの面が関わっているということが判明し、さらなる検証が必要である。

目次

1. はじめに 5

1.1. 研究の社会的背景 5

1.2. 研究の個人的背景 6

1.3. 研究の概要 6

1.4. 論文の構成 7

2. 関連動向 8

2.1. 自己のイメージ形成 8

2.1.1. ナポレオンの行ったイメージ戦略 8

2.1.2. 馬場信彦教授の自己イメージの操作に関する論文 8

2.2. 写真撮影 9

2.2.1. 写真撮影の動機となった対象の研究 9

2.3. 写真に納得する、写真を選択する 10

2.3.1. 若者の「撮った後の写真」との関わり方を見るワークショップ 10

2.4. 評価 11

3. 提案 13

3.1 仮説 13

3.2. 実験の設計 14

3.2.1. 撮る物 14

3.2.2. 対象の消失と追加 15

3.2.3. 撮影条件 16

3.3. 実験の紹介 16

4. 評価 18

5. まとめ 22

5.1. 今後の展望 22

6. 謝辞 23

7. 参考文献 24

図目次

図 1. 実験で使用する動画のイメージ 15
図 2. 対象の要素の追加（星の図形） 16
図 3. 被験者 A の事前イメージと写真の比較 18

表目次

表 1. 選んだ写真に対する満足度 19
表 2. 事前イメージと実際の写真の意識した要素まとめ 20

1.はじめに

1.1.研究の社会的背景

自分の意見や活動をネット上に発信したり、他人の投稿を閲覧したりすることができるSNSは人々のコミュニケーションに大きな変化をもたらした。しかし、便利な一面SNSは他者の視線を感じる機会が多く、精神的な疲労感をユーザーに与える側面も持ち合わせる。野村総合研究所がおよそ3000人を対象に行ったインターネット調査によるとSNS疲れを起こしていると回答した人の割合はZ世代で50%、Z世代以外では53%と半数程度がSNS疲れを感じている。最も割合が高かったのがZ世代の女性の61%で、SNS疲れの理由として「友達やフォロワーの投稿を見て自分と見比べてしまう（41%）」や、「自分が投稿した内容に『いいね』や共感コメントが得られるか不安になる（39%）」と他者からの視線を意識した要因が多いことが分かった[1)]。

SNSに投稿した写真や動画は投稿者がどのような活動を行っているか、どのような生活を送っているかのイメージを閲覧者の中に形成する。そのため、投稿者は自分が閲覧者にどう見られたいかをイメージして投稿する写真を撮る、選ぶことも多い。自分自身を撮影する自撮りもそのような特徴が現れた行為の1つである。馬場信彦氏は『自撮りと女子文化―演技する身体と自己イメージの操作』という論文の中で、「独特な写真行為である自撮りは，傾向として『受容されるイメージ』を先回して表現しようとする。あらかじめ他者が『見たいと思われる画像』へと修正を施し，『完璧なイメージ』に仕上げて呈示しようとするのである。[2)]」そして、Instagramに投稿するような画像においても「出来事を記録するのではなく、理想的な『出来事のシミュラークル』を『デザイン』」[3)]したものであると述べている。SNS疲れの要因が他者の視線を意識したことによるものが大きいことからも、写真撮影をする際には自分が作りたい、もしくは他人に見られたいイメージを先に頭に思い浮かべてから、そのイメージの通りに写真を撮っていることが考えられる。観光スポットに行ったら、多くの人が同じ場所から、同じポーズで写真を撮っている光景を見かけるが、それは多くの人の中でそのスポットで撮る写真のイメージが一致しているからこそ起こる現象なのではないか。

---

1 ）林裕之　森健『Z世代の“SNS疲れ”から生まれる一人行動ニーズ　～SNSは若年層における情報収集のメインツールにもなっている～』2022.2.　野村総合研究所 https://www.nri.com/-/media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/report/cc/consumer_trends/20220202_01.pdf?la=ja-JP&hash=4B1B75C9DAA8E7CF8A310B52C7472A9C34E5E2D7（最終アクセス 2022/12/08）

2 ）馬場信彦　『自撮りと女子文化―演技する身体と自己イメージの操作』甲南女子大学研究紀要第54号　2017　p47.

3 ）同論文　p.49

撮影前のイメージは写真撮影時の重要な基準になるが、なかなかイメージと合致する写真が撮れずに精神的疲労を感じてしまうこともある。上記のことから、SNS や写真撮影に感じる疲労感には、この写真撮影の前の事前イメージが関わっている要素もあると考えた。そして、撮影の事前イメージと実際に撮った写真との合致度とその写真に対する納得感はどのような関係があるのだろうか。写真を撮った時の納得感はどのように形成されていくのかについて関心を持った。

1.2.研究の個人的背景

筆者が写真撮影の事前イメージに興味を持ったきっかけは大きく分けて 2 つある。

1 つ目は、私自身の SNS を意識した写真撮影に疲労や緊張を感じていたことだ。筆者は大学生になった 4 年前に Instagram を始め、初めて画像・動画投稿 SNS に触れた。使い始めた当初は自分の活動や訪れた場所をそのまま写真に撮って投稿をしていたが、自分の友人にフォローされたり、他ユーザーが投稿する写真を見たりしていると段々と閲覧者の存在を意識するようになり、少しでも綺麗な写真を撮れるようにあれこれと考えたり、自分の何気なく撮った写真が納得できなくなったりした。今までは行動の記録としての役割を果たしていた写真が、SNS に投稿するという新しい役割を担うようになった結果、自分のことを他者に発信するという意味を持つようになり、その結果写真を撮るときもそれを発信するときも緊張感を抱くようになってしまった。

2 つ目は、私の友人が話していたことによるものだ。私の友人は「料理が運ばれてきてから写真を撮ろうとしたのだけれどなかなか思うような写真が撮れず、写真撮影に 10 分もかけてしまい料理が冷めてしまった。」と話しており、自分のイメージと実際の写真が合わないことによって、写真に納得できない状態に陥ってしまっていた。発信することによって自分のイメージを作り上げることができる現在の状態において、写真は非常に大きな意味を持つようになっており、この話のように本来の体験価値よりも写真のほうに価値を感じる人も存在する。

SNS が普及し、多くの人が自分の撮った写真や動画を発信している現代において、この写真を撮る前のイメージは意識的にも無意識的にも撮影という行動に付いて回る場合も大きく、撮った写真の納得感に大きな影響を及ぼすと考えられる。上記に述べた疲労感や緊張感を緩和するためには、まず事前イメージが写真の納得度にいかにして関わっているのか、イメージとの合致度はどのような影響を与えるのかについて検証を行う。

1.3.研究の概要

本論文において明らかにしたい問いは以下のとおりである。

①　写真を撮る前のイメージと実際の写真の合致度が撮った写真の納得度にどのように影響をしているのか。

②　イメージとの合致度はどのような基準によって成り立っているのか。

この研究では、写真の事前イメージを持ってから実際に納得した写真を撮るまでのプロセスを見ることによって、イメージと納得した写真との関連性を明らかにする実験を行っていく。風景や人を対象にした写真は要素が多く比較が困難であると考え、今回の実験ではより単純化し、○△□の 3 つの図形を撮影の対象とした。まず自身が撮りたいと考える写真、作りたいと思う構図を事前に被験者に作ってもらうことで事前イメージを顕在化させる。次に画面内を動く 3 つの図形を撮影し、自分が納得できる写真を選択してもらう。その事前イメージと納得して選択した写真を比較し、インタビューを行うことによって上記の問いの答えを明らかにすることができると考えた。

1.4.論文の構成

本論文の構成は以下の通りである。

1.はじめに

研究の社会的および個人的背景、概要を提示する。

2.関連動向

本研究に関連する写真のイメージ形成、納得感に関する動向を解説し、本研究の道筋を示す。

3.提案

本研究の目的である事前イメージと写真の納得度の関連を明らかにするための実験プロセスを設計する。

4.評価

被験者の実験データとインタビューの分析を行う。

5.結論

本研究の成果と課題、および今後の展望を示す。

２．関連動向

この章では、自分の持つイメージを形成してから納得する写真を撮るまでの一連の流れを、自分の中でイメージを持つ、写真を撮る、写真に納得するもしくは納得する写真を選ぶ、の３つの段階に分けてそれぞれ関連動向を取り上げ、実験へのヒントを探っていく。

2.1.自己のイメージ形成

まずは自分の中でのイメージ形成についてである。撮った写真を通して自分がどのように見られたいのか、その写真をどのような工程を通して作り出そうと考えるのか、その過程を紐解く。

2.1.1.ナポレオンの行ったイメージ戦略

他者に見られたい自己のイメージを作り出す作業は現代になってから生まれたものではない。偉人の肖像画のように見られるように、人間は自分をどのように写すかを昔から考えてきた。木村泰司は『西洋美術史　世界のビジネスエリートが身につける教養』の中で『ボナパルトのアルプス超え』の絵はナポレオンが自身のイメージ作りのための作品であったと述べた。アルプスは、実際は馬で峠超えできる場所ではなく、乗った動物も馬ではなくラバだった。しかし、ナポレオンは国家元首の象徴である白馬にまたがり、前足を跳ね上げさせ突撃の命令を下しているポーズを絵として描かせた。また、この絵を描いたダヴィッドはこの絵を複製し、ナポレオンのイメージを定着させた。その効果について木村は以下のように語っている。

> ダヴィッドはこの絵の複製を少なくとも４枚製作し、弟子たちにも数枚複製させています。その結果、この肖像画は誰もが知る英雄ナポレオンのイメージとして定着しました。このイメージが、皇帝になる際の国民投票で有利に働かなかったわけがありません。まさに現代の政治家のポスターにもつながる、イメージ戦略の先駆者だったのです[4)]。

このようにナポレオンは自分の肖像画を自己のイメージを他人の中で作り上げ、定着させようと試み、見事に成功させた。もちろん自分の肖像画を描かせることができる人物は当時限られてはいたが、数百年前から人は、他者からどのように自分が見られたいかを意識し、自分が作りたい自己のイメージを他人の中で形成しようと考えていたことが伺える。

2.1.2.馬場信彦の自己イメージの操作に関する論文

4　木村泰司　『西洋美術史　世界のビジネスエリートが身につける教養』　ダイヤモンド社　2017　p.185-186

写真やメディア文化の専門家である馬場信彦は昨今の自撮りや Instagram へ投稿する写真に見られる自己イメージの操作に関する『自撮りと女子文化　―演技する身体と自己イメージの操作―』[5)]という論文を執筆した。それによると、自撮りとは他者が見たいと思うイメージに合わせた形で撮影を行い、「完璧なイメージ」に仕上げたものであるという。もともとプロとアマチュアでは撮影した写真に技術の差が明確であり、前者は広告写真などの理想的な像を写すことが重視され、後者は体験したことや見たことなどの出来事のリアリティが重視されていた。しかし、カメラ技術の向上や誰でも画像加工ができるようになったことによって、そのような状況に変化が生じたという。その状況について以下のように述べられている。

> インスタグラムにアップされた料理写真やポートレイトには，広告写真と見間違うようなものが多い。つまり， 出来事を記録するのではなく，理想的な「出来事のシミュラークル」を「デザインする」のである。だから，レストランのテーブルの上に，気に入らないものが映り込む時は，それを排除したり，皿を並べ直したりして，「レイアウト」を変えてしまう[6)]。

ネット空間ではより多くの承認を獲得することが目的になることで、写真はありのままの出来事を映し出すよりも、良く出来たイメージとして仕上げられることが重視されるようになる。そのため、承認を得やすいのはどのような写真や構図なのかに焦点が当てられるようになり、そのイメージの完成形通りに写真の状態を持っていくという行動が取られるようになる。論文内で「まるで穴の空いた観光地の看板に顔をはめるように」と例えられているように、写真は「イメージのインフレーションの中から、いわば集合的記憶の中から選び取られたイメージを再現している[7)]」のである。

2.2.写真撮影

次に写真撮影についてである。人々は写真をどのような時に、どのような基準で撮ろうと考えるのか。

2.2.1.写真撮影の動機となった対象の研究

名古屋学芸大学の樋口誠也は人々が日常生活の中で写真を撮りたいと思う動機がどこにあるのかを検証するために、『seeing the points』[8)]という映像作品を作成した。樋口は「写

---

5 ）馬場信彦　『自撮りと女子文化ー演技する身体と自己イメージの操作』甲南女子大学研究紀要第 54 号　2017　p.47

6）同論文　p.49

7）同論文　p.49

8 ）　樋口誠也『撮影者のまなざし：写真撮影の動機となった対象の研究』　名古屋学芸大学メディア造形学部研究紀要　p.13

真を見ずにその写真に写っていたものを思い出す」という作業を通して、写真を撮る際に意識していた対象を抽出しようとした。作品は、過去に撮った写真について何が写っていたかを想起し語った音声に合わせてその写真を切り抜き、それらが映像内に配置されることによって覚えているイメージのみが映像として立ち上がるものとなっている。また、その映像を水面に投影し、手でイメージを掬い上げることができるようにすることで、曖昧な記憶のイメージの中から自身の覚えている記憶だけを掬い上げることを表現した。樋口はこの作品を通じて以下のように考察を行った。

> つまり、写真を撮る時 や、何かを見ている時は必ずしも視界全てを捉えているわけではなく、特定のものを「点」のように見ているのではないか ということが考えられた[9)]。

上記のように、人々が写真を撮りたいと思う時には、特定の撮りたいと思う対象を意識し、視界全体ではなく一部分に視線が向けられていると樋口は『seeing the points』を通して考えた。

2.3.写真に納得する、写真を選択する

最後に自分が撮影した写真に納得感を感じる、もしくは満足できる写真を選ぶことによってアウトプットする写真を確立するまでの過程を見る。また、Instagram などに投稿される写真はそのような過程を経て、満足した写真が集められたものであると考えられるため、その投稿にどのような特徴が見られるのかを検証したワークショップを紹介する。

2.3.1.若者の「撮った後の写真」との関わり方を見るワークショップ

キャノンマーケティングジャパンは 2020 年に若者と撮影後の写真との関わり方を見るためのワークショップを行った[10)]。学生を対象として開催され、自分のゴミ箱フォルダを見てみたり、撮った写真や気に入った写真をどのように管理しているかなどの質問に答えたりする事前課題に取り組んだ後で、その過程で気がついたことについてディスカッションを行った。

ディスカッションの内容は大きく分けて 3 種類ある。1 つ目は写真を見返す行動について。2 つ目は写真を管理する、削除することについて。3 つ目は写真を共有することについて。以下からは本論文と関連のある 3 つ目の写真の共有についての結果を紹介する。

写真を共有する主な手段である SNS の投稿。今回のワークショップを通してキャノンマ

---

9 ） 樋口誠也『撮影者のまなざし：写真撮影の動機となった対象の研究』 名古屋学芸大学メディア造形学部研究紀要 p.16

10 ） キャノンマーケティングジャパン『ichikaraLab ワカモノスタディ report』

https://cweb.canon.jp/personal/ichikaralab/wakamonostudy/report3/ (最終アクセス 2022/12/10)

ーケティングは、SNS に投稿する写真についての 3 つの特徴をあげた。1 つ目は自分の世界観に「しっくり」くる写真であること。プロフィール欄に並んでいる過去の写真と合わせてしっくりくるかを意識し、それにそぐわない写真であれば投稿までいたらないこともあるという。自分の SNS のプロフィール欄全体の世界観の統一が意識されている。2 つ目は、自分たちの「自然」な感覚を大事にするということだ。SNS に共有する写真は色味や情報量、伝え方など「ガチャガチャしすぎない」ことを意識するという。3 つ目は写真の「投稿権」を意識しているということだ。集合写真などのみんなが写っている写真は誰でも自由に投稿して良いと感じるのに対して、風景のように他の人がその人の感性や視点で撮った写真を自分が投稿することには抵抗を感じるという。その他にも Instagram に写真を載せる際には、誰でも分かるようにすることを意識することによって、写真自体が量産化された気持ちになってしまうという意見や、本アカウントは理想の自分に近づけた写真を投稿してしまうためサブアカウントでリアルな自分を投稿するようにしているという体験談も公表している。

2.4.評価

ここでは関連動向で取り上げた文献をそれぞれ評価し、本論との繋がりを提示する。

○自己のイメージ形成

ナポレオンの例から人類は古くから自分の見られたいイメージを形成しようとしていたことが分かった。当時は肖像画を残すことができる限られた人間が行えることであったが、現代ではネット空間や SNS が普及することによって誰でもその作業を行うことができるようになった。その結果として自撮りや「いいね！」をもらうための写真が広まっていったと考えることができる。マズローが提唱した 5 段階欲求の 4 番目に承認欲求が入っているように、自分が他者にどう見られたいかという意識は人間の根源的な欲求の中にあるものではないか。特に肖像画や写真は視覚的な訴求が可能なため、イメージを閲覧者により直接的に伝えやすい媒体である。特に SNS が普及し、写真を他者にすぐに共有することができるようになった現在では、自己の見られたいイメージがより写真に反映されているのではないか。そして、馬場が述べていたように昨今の写真は「完璧なイメージ」として作り上げられることが望まれる。

つまり、この完璧なイメージとは自分が他人に見られたいイメージと密接に関わり合っており、自分がそのイメージに合致していると感じる時に写真に納得し他者に共有することで、自己のイメージを形成しようとするのではないかと推測した。

○写真撮影

この研究は自分のイメージに写真を当てはめるという目的とはずれるが、本論の研究を考えるうえで参考にするべき情報が含まれていると考える。写真を撮るうえで撮りたいと思う対象が存在していることは当然であるが、その対象周辺の一部分に意識が集中しているということは、写真を撮る前の事前イメージにも置き換えることができるのではだろうか。自分が作り出したい要素やその基準は持っているものの、イメージ全体を頭の中で事前に全て構築をしてはいないと考えることができる。

また、「seeing the points」では自分が撮りたいと感じた対象物がはっきりとしている写真を取り扱っていたが、そうではない動機で撮影された写真も存在する。その一例としてTwitter の「なんかいい路地 bot」[11]をあげることができる。15 万以上のフォロワーを持つこのアカウントはユーザーから寄せられた「なんかいい路地」の写真を紹介している。ここに寄せられている写真は路地の写真であるという統一性はあるものの、日常的な風景を収めたものが多く、特定の対象物よりも写真の全体的な雰囲気や構図に意識が向けられたものも多数投稿されている。実際に投稿のコメントには「雰囲気が好き」「なんか色味がお洒落」など対象物ではなく写真全体に対する意見も多く見られ、抽象的なイメージとして写真を捉える見方もあることが伺える。

以上の点から、筆者は特定の対象物を撮りたいと思って撮った写真も「なんか良い」と感じて雰囲気や構図を意識して撮った写真もどちらも考慮した上で、どちらの写真の場合でも自己イメージに基づく自分が作りたい要素や基準が存在すると考え、それを明らかにする必要があると考えた。

○写真に納得する、写真を選択する

キャノンマーケティングマーケティングジャパンのワークショップは自分の中での見られたいイメージと実際に納得して選択した写真との関連性を見る上で非常に有益な意見を提示したと考える。人々は自己を表現するうえで、いままで投稿してきた写真との統一感をはかりイメージを構築しようとしていた。また、本アカウントと裏アカウントに関するコメントからも完成されたイメージを形成するために写真を選択し、SNS アカウントに投稿を行っていることが明らかとなった。そして、そのためには他者に見られたい自分のイメージや世界観を自分自身が作り出して認識している必要がある。自己の統一された世界観を構築するためには自分の見られたいイメージの通りに写真を投稿することが重要であると考えられる。

また、「統一性」というワードは非常に重要であると考える。自分が作りたい世界観を形成するうえで、撮影者はどのような要素で統一感を出そうとしているのか。事前イメージと実際に撮った写真の統一性だけでなく、普段の撮影する写真と実験で撮った写真の中にも統

---

11 ） twitter アカウント「なんかいい路地 bot」

https://twitter.com/iiroji_bot?t=TCWAHR7qChzQ3Or9wvCNYA&s=06 （最終閲覧 2023/2/28）

一性がないかを考慮する必要性があると認識した。
　次の章ではこれまでの内容をもとに、事前イメージと写真の納得感に関する仮説と、実験の組み立てを行っていく。

3.提案

2 章では自己の見られたいイメージや作り出したいイメージが形成されてから、実際に写真を撮り、納得した写真を共有するまでの一連の流れを 3 つに分割をし、それぞれの工程で文献を参考にしながら実験や仮説へのヒントを得ていった。そして、写真を撮る際に着目しているポイントがほんの一部分である可能性や写真を選ぶ際に自己の世界観との統一性を重視しているという視点を得ることができた。
では、事前イメージと実際に撮った写真の合致度と撮った写真に感じる納得感との関連性を測るためにはどのような方法が考えられるだろうか。本章では、この関連性について筆者の仮説を述べたのち、実験方法の設計までを語っていく。

3.1.仮説

まず本節では事前イメージと撮った写真に対する納得度の関連性に対する仮説を立てていく。
『自撮りと女子文化』にあったように、現在人々は他者に見られたい自己イメージを持っており、それを他者の中に写真を通じて発信することで形成しようとしている。そこで重視されるのは自己の体験のリアリティではなく、作られた完成されたイメージである。つまり最終的に投稿や共有などでアウトプットされるイメージは、自分がこう見られたいという意思や自己の持つ世界観と合致したものとなっていると考えられる。ただし、『seeing the points』から読み取れるように、人は写真を撮る際には自分が撮りたいと意識を向けた部分を重要視し、写真全体の細部までは拘ることをしないと考えられる。その意識を向ける部分が写真の対象物なのかそれとも構図なのか雰囲気なのかは写真によって異なるであろうが、写真も事前イメージも全てが正確に定まっているということはなく、自己の中にある基準や要素を満たしているかが重要になっているのではないか。そして、キャノンマーケティングのワークショップから分かったように、その基準や要素は自己の持っているイメージや世界観、そしていつも撮っている写真によって定まってくるのではないか。
このように、自己の見られたいイメージとアウトプットする写真は相互に影響しあっているのではないかと考えられる。自己の見られたい、作りたいイメージや基準に沿って写真が撮られ、その写真を投稿や共有することで他者に発信していくことで、自分の世界観や統一感がだんだんと確立されていく。それによって自分の中でその意識がより強化され今後の写真撮影や写真の選定、写真に感じる納得感に影響を及ぼす。このサイクルを繰り返すこと

で自己イメージの形成とそれに合わせた発信を絶えず行っているのではないか。
以上のことから写真を撮る際には事前のイメージに沿っているかどうかが重視され、それに合致しているか合致していないかを判断材料として写真の納得感が形成されているとの仮説を立てた。

3.2.実験の設計

本節では上記の仮説をもとに、事前に自分が作りたいイメージをアウトプットしてもらい、その後で行う写真撮影での納得した写真と自分が事前に作ったイメージとの間の関連性や類似点を測るという実験を考案した。普段写真を撮る前に写真の理想像を細かくアウトプットしてから写真を撮るようなことはしないが、あえて事前イメージを自分で作り出す作業を入れることで、撮影者の写真に対するこだわりの要素や基準が視覚化できるのではないかと考えた。そしてその後実際に写真撮影を行い、納得できる写真を撮影してもらうことによって、事前イメージや写真撮影の際に意識したこととの関連性が見えてくるのではないか。
この流れに沿って実験を設計するうえで最も重要な要素は撮影対象であると考えた筆者は、何をどのような条件で撮っていくのか実験環境を思考した。そして撮影対象と撮影環境について 3 つのポイントを設けることで実験の目的を果たすことができると考えた。そのポイントとは「撮る物」「対象の消失と追加」「撮影条件」についてそれぞれ説明を行っていく。

3.2.1.撮る物

撮影対象は 2 章で述べたような形がはっきりとした物にも抽象的な物にもなり得るようなものが好ましいと考え、図形が画面内を移動している動画を流し、それをスクリーンショットによって撮影することを思いついた。図形であればバラバラに散らばっている時は抽象的なイメージとして捉えることもできるし、図形と図形を組み合わせることで物に見立てて撮影を行うこともできる。それを画面内で図形が無造作に移動することによって一連の流れの中でどちらの状況も作ることができるのではないかと考えた。図形の種類と個数は要素が増えすぎないこととそれぞれの図形の組み合わせやすさを考え、丸、三角形、四角形の 3 つをチョイスした。
また撮影物はできるだけシンプルにすることで要素を限定し、比較しやすい状況を作ることを意識した。本実験の目的を果たすための最低限の条件は個々の図形の場所と全体的な構図・バランスではないかと考え、それ以外の図形の傾きや大きさ、色合いなどの状態は一切変化をさせないことにした。
被験者はまずこの 3 つの図形を好きなように動かし、自分が撮りたい理想の写真の図を実際に作成する。そして、その後画面内を縦横無尽に動き回る図形を実際に撮影し、自分が納得した写真を提出し、最初に作成した事前イメージとの比較を行うことで関連性を見出す

ことができると考える。

3 つの図形を動かす動画は Adobe After Effects を使用して作成した。丸、三角、四角の 3 つの図形を画面上に用意し、各々の図形に動きを付けた。3 つの図形の動きは筆者が自ら動きを付け加えた。ランダムに図形の動きを生成すると撮影者にとって撮りたいと思う構図や位置とかけ離れた動きになってしまい、撮影したいと思う意欲が削がれてしまうのではないかと考えたからだ。そのため、図形が撮影しやすい場所や構図を動画内で何箇所か作り出すことを意識した。具体的には各図形の位置と 3 つの図形の並びだ。各々の図形の位置については画面を縦 3 分割・横 3 分割の計 9 分割した際に各図形がすべてのゾーンを一度は通るような動きを心がけた。配置については 3 つの図形が縦・横・ななめに一直線となる構図、全ての図形が重なる構図、間隔が均等な三角形型に並ぶ構図を動画内に入れるようにした。

また、撮影者が事前イメージを作成する際にはオンラインでデータを共有する必要があったため Power Point を使用した。Power Point のスライド上に同じ大きさと構図になるように図形を配置し、それを実際に動かしてもらうことによって事前イメージを作成し、そのスクリーンショットの送信を依頼した。

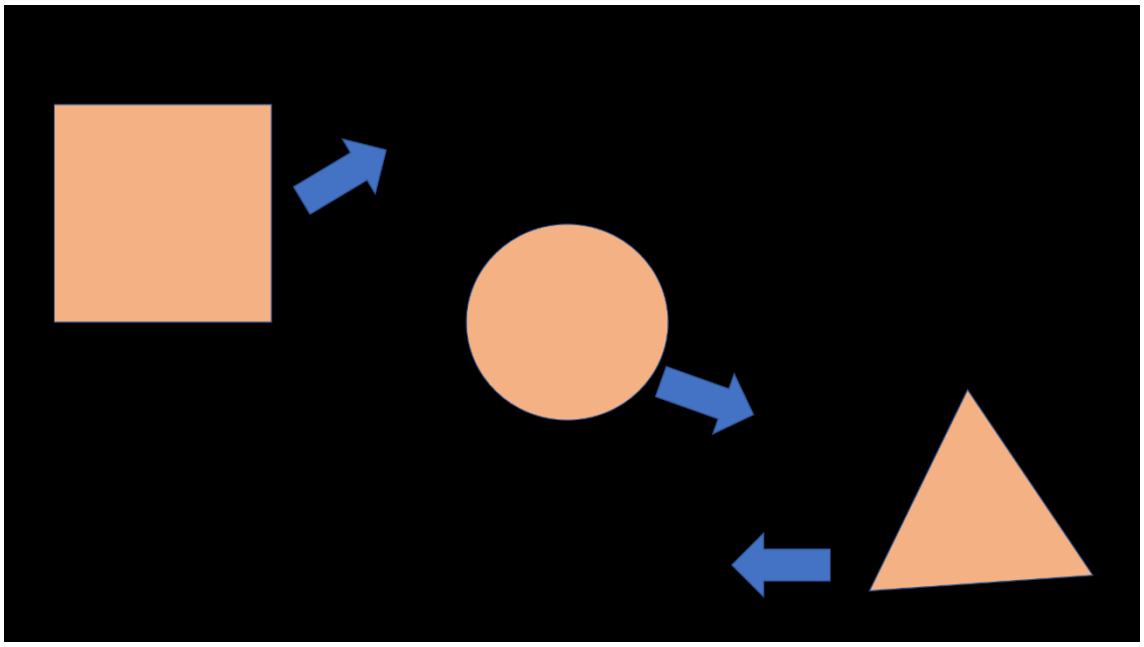


図 1　　実験で使用する動画のイメージ

3.2.2.対象の消失と追加

実験の流れと対象物は決定したが、実際の写真撮影の状態により近づける必要性を感じた。1 章で述べた料理の前で 10 分写真を撮っていた友人の話や、同じ場所から何枚も撮影する

ことがあることから、写真で撮る対象は細部であったとしても常に移り変わるものであるために、納得のいく写真を撮るまでには多少の時間がかかっているのではないかと考えた。そこで図形の個々の動きに加えてより分かりやすい変化を加えたほうがより比較がしやすくなるのではないかと推測した。そして考案したのが対象図形の消失と追加である。対象図形の消失とは文字通りに 3 つの図形のうち 1 つが画面外に見切れた状態にする時間帯を作り出すということである。その時間帯は当初の写真の要素から一部分が抜け落ちた状態となる。そして反対に対象図形の追加は一定時間当初の写真にはない図形が画面内に現れた状態を作り出すということである。現れる図形はそのもの単体でも物に見立てることができる星を選んだ。

このように、実際の写真の当時の要素を欠如させたり、追加をする時間帯を設けたりすることによって実際の写真撮影を行っているときの対象の移り変わりを比較しやすい状態で作り出すことができると考えた。

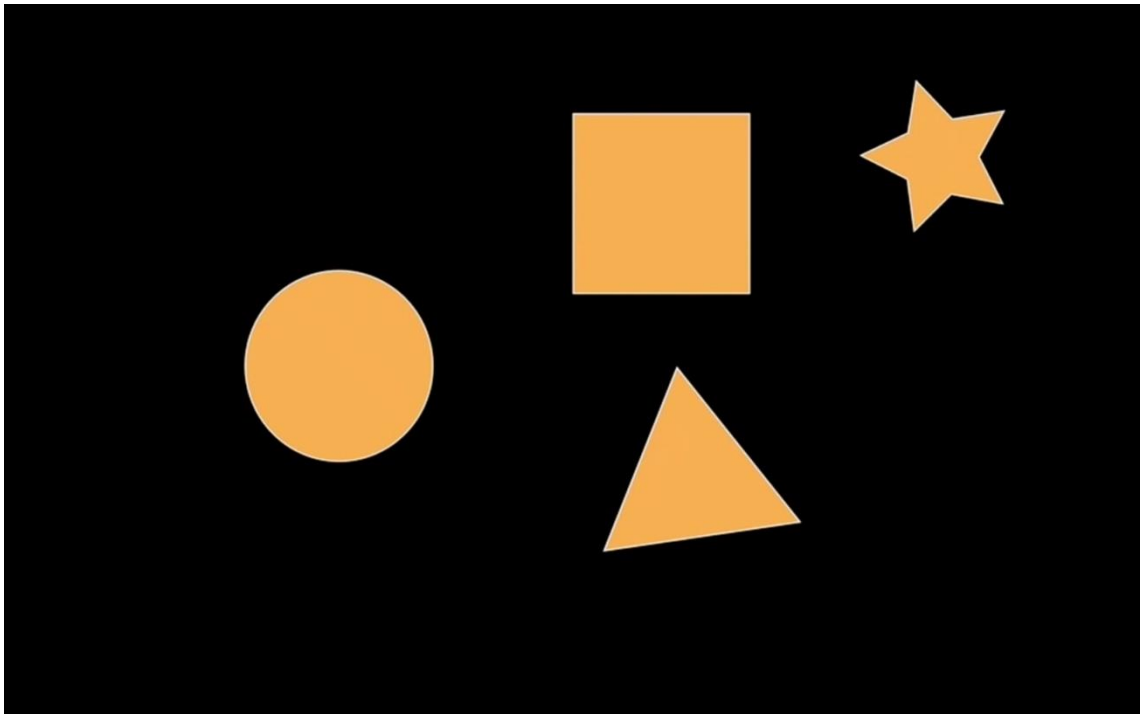


図 2　　対象の要素の追加（星の図形）

3.2.3.撮影条件

自己イメージの反映をさせるためには被験者の普段写真を撮るときの方法や基準をできる限り実験に反映させる必要があると考え、可能な限り撮影条件は制限を加えないことを心がけた。撮影する撮影の枚数や撮影にかける時間に制限は設けず、自身の中で納得する写真が撮れたと感じたら実験をその場で終わらせることができるようにした。しかし、動画を巻き戻すことや、一時停止することなどの撮影対象を操作する行動は、写真の中でイメージ

を故意に作り出すことができてしまうため禁止とした。

3.3　実験の紹介

これまでの仮説やポイントの紹介を踏まえ、実際に行う実験の流れや条件についてまとめて紹介する。本実験の目的は、事前イメージと納得した写真の関連性を探ることで、写真撮影において撮った写真に納得し選択するまでの過程と、事前イメージの影響を明らかにすることである。

撮影対象は丸と三角形と四角形の 3 つの図形が縦横無尽に動き回る画面。被験者はまず自分が撮りたいと思う理想のイメージを実際に Power Point で図形を自分で動かして提出する。この際、動画内で変化しない図形の傾きや色はそのままで、図形の位置だけ動かすよう依頼をした。次に動画を視聴し、自分が写真を撮りたいと思ったタイミングでスクリーンショットをして写真を撮る。事前に撮りたいと思った構図や写真を見ながらその場の写真を撮影することは少ないと考え、事前に作成したイメージは見ないで動画視聴を行う形を取った。写真を撮る枚数や時間に制限は設けない。そして、自分が納得できるような写真が撮れたと感じるタイミングで実験を止め、最後に撮った写真の中から自分が最も満足のいった写真を 1 枚提出する。そして、事前に作成したイメージと実際に提出した写真を比較しながら、写真を撮るまでの思考や行動についてインタビューを行っていく。インタビューで明らかにしたい要素は大きく分けて 3 つある。「写真に対する満足度」「撮影時に意識したポイントや要素」「写真を撮った原因、背景、動機」の 3 点だ。

4.評価

本節では実際に行った実験の結果やそこで見られた特徴について紹介していく。実験は 20 代前半の男女 4 名ずつ、合計 8 名に行った。結果の特徴については先程述べたインタビューを通して明らかにしたい 3 要素「写真に対する満足度」「撮影時に意識したポイントや要素」「写真を撮った原因、背景、動機」と本論文の目的である「事前イメージと納得した写真との関連性」の 4 つの観点から分析をした結果見受けられた特徴を紹介する。実験では下の図のように事前に作成したイメージと実際に撮った写真を比較しながらインタビューを進めた。

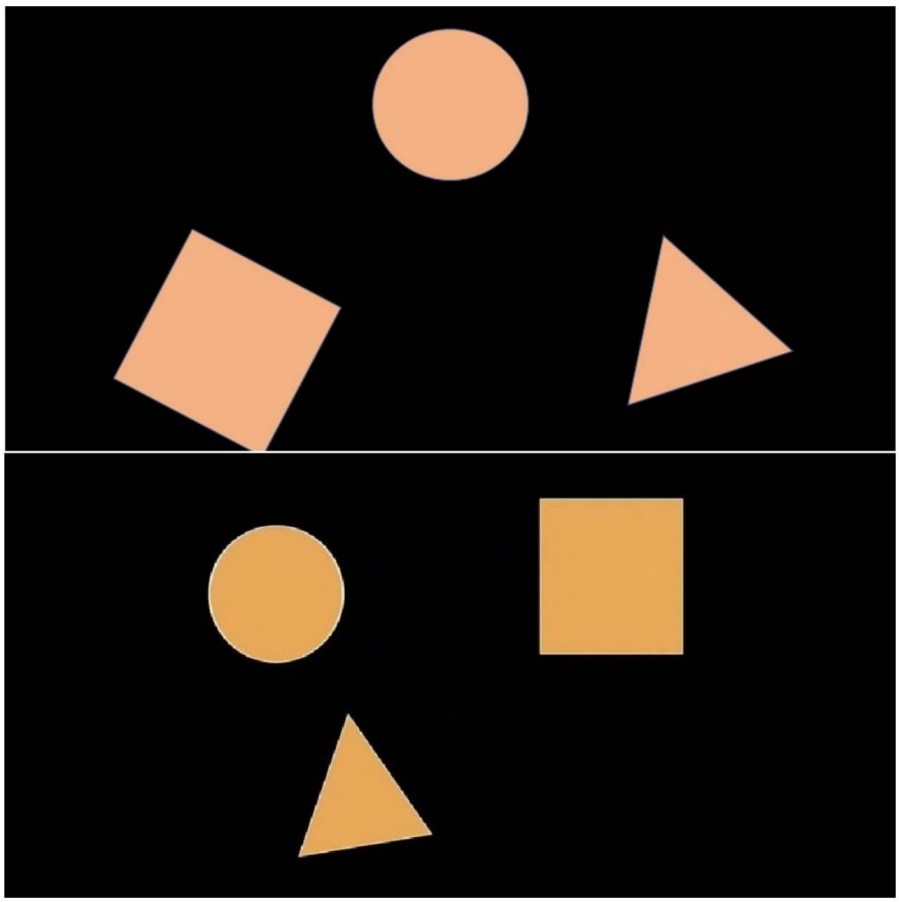


図 3　被験者 A の事前イメージと写真の比較

○写真に対する満足度は自分の写真に求めた要素に影響をされる。

実験を終えてまず始めに自分の選択した写真に対する満足度を 5 点満点で尋ねた。8 人の結果は以下の通りとなった。

表1　　選んだ写真に対する満足度

人物	A	B	C	D	E	F	G	H
点数	4	4	5	4	4	4	4	4

C1人だけが満点の5点をあげて、それ以外の7名は4点と答えた。全員が高得点を自分の写真に対してつけたが、満点を付けたのは結果的には1人だけという結果となった。次に、その点数をつけた理由をそれぞれに尋ねてみた。4点を付けた7人の回答で最も多かったものが「自分の思っていた位置関係にはなったが、少し想定とズレてしまっていたため1点減点した」というもので5人がこの回答をした。図形の個々の位置ではなく3つの図形の並びやバランスなどの位置関係に着目していた被験者が多く、その要素は満たせてはいるが完璧にその通りにはならなかったため、1点分減点をしていた。つまり、事前イメージを作る際に、自分が撮る写真で意識したい要素が確立され、その要素が満たされていたかどうかが重視されるようになったのではないか。しかし、反対に自分の欲しい要素を満たしつつも、自分の事前のイメージとは異なる構図になったために得点を高くしたという声もあった。満たしてほしい写真の要素は事前イメージでも実際の写真でも変わらないのだが、事前イメージよりも良いと思える写真が撮りたかったと語っており、事前イメージが当てはめたいお手本ではなく、超えたい対象として使用されている例もあると知ることができた。また、唯一満点を出したCは、事前イメージの段階では横一列に図形が並んでいるイメージを作っていたが、実際に動画を見始めると、自分が想定していなかった図形が重なるという動きをするということを知り、撮りたいと思うイメージを変更したと語る。そこから図形2つが重なり、もう1つの図形が全く異なる場所に存在する構図をイメージし、他の人が撮らなさそうな写真を撮りたいと思ったという。そしてそのイメージ通りに写真を撮ることができたため5点を付けた。このケースは稀であったが、事前イメージの時に想定した図形の動きと異なる動きを実際に行ったため、事前イメージの前提が崩れ新しいイメージに切り替わったと推測できる。

このことから、写真の満足度は自分が写真に求めた要素を満たせているかどうかで決まっており、その要素は事前イメージを作成する時にも考えられていることがほとんどであり、その軸にそって写真撮影や写真の評価を行っていると考えられる。

○事前イメージで求めた要素と実際に撮った写真はおおむね合致する。

先程事前イメージを作った際に意識した要素が選んだ写真にも影響を及ぼしているのではないかと述べたが、実際に8名の意識する要素と選んだ写真の要素を比較し、より細部の関連性を探っていく。

まずはそれをまとめた表を作成した。実際の被験者8名の事前に作成したイメージと実際に撮った写真は論文末にまとめて付録として掲載する。

表２　事前イメージと実際の写真の意識した要素まとめ

人物	A	B	C	D	E	F	G	H
事前イメージの要素	図形の配置のバランス	図形の個々の位置と並び方	図形の配置	図形の配置、個々の図形の位置	図形の位置とバランス	図形の個々の位置	図形の個々の位置	図形の配置
実際の写真の要素	図形の配置のバランス	図形の個々の位置と並び方	図形の配置	図形の配置	図形の位置とバランス	図形の位置	図形の配置	図形の配置
点数	4	4	5	4	4	4	4	4

図形の配置は３つの図形がどのような位置関係で並んでいてほしいか、図形の位置は３つの図形が画面内のどの位置にいてほしいかを示している。C は図形の配置という基準は変わらなかったが、求める配置の形は写真撮影前後で異なっている。写真撮影前後で要素が異なっていたのは、C,D,F,G の４人であった。C は先述したように動画での図形の予想外の動きを見て、予想イメージが組み替えられたことが影響しているが、残りの３人にも理由を尋ねた。D と F は２人とも、事前イメージ作成の段階では図形の個々のイメージまで細かく定めていたが、図形の配置のほうが重要な要素であったためその基準に当てはまる範囲で事前イメージよりも良い構図がきたため写真を撮ったと語っている。自分が求める要素の中にも優先順位が存在していると考えられる。そして G は事前イメージ作成の段階で、作りたかったイメージがあったが図形を並べてみたら思ったようにならなかったため、別のイメージを作成したが、実際に動画を見てみると自分が最初に希望していた構図が作り出せたと回答した。こちらも C の場合と同様実際の動画を見てからイメージが切り替わったと考えられる。

このように優先順位をつけた２名も加えると８名中６名が事前イメージと実際の写真の拘った要素が統一されていることが判明した。事前イメージは実際の写真を撮る際に意識をする要素や箇所を定める枠組みのような役割を担っているのではないか。

○途中で現れるイレギュラー要素は思わず写真を撮るが、選ばない

実験中に多くの被験者が行った行動として、途中に現れるイレギュラーな追加要素である星を入れた状態で撮影を行ったことが挙げられる。実に８名中７名が星の写っている写真を撮影している。星を撮影した理由について尋ねると、いきなり星が現れたため面白いと思い、写真を撮ったと７名全員が同様の回答をした。写真撮影中に突然現れたイレギュラーな要素は、面白いとおもい思わず撮ってしまうのではないか。しかし、最終的に選択する最後の１枚に星が写っている写真を選択した被験者は１人もいなかった。実際に面白そうだと

思って撮ってみたものの、自分が考えていた構図に当てはまらないと感じ、選ばなかったと答えた人が 5 名おり、自分の当初のイメージや構図を重視する人が多いのではないかと考えた。また他の意見として、実際に星が写った写真を撮りたいと思いタイミングを狙って撮ったが、撮った写真を見返すとそこまできれいに見えなかったため選ばなかったという話も聞くことができた。写真を撮っている時とあとから見返した時の感覚のズレによって、写真を撮った時に感じた納得感が消えてしまう事例を見られたことは興味深い。

一方で図形が見切れてしまう、つまり要素が消失するタイミングで写真を撮った被験者は 1 人もいなかった。被験者 8 名は合計で 101 枚あったがその中でそのような写真は 1 枚も撮影されなかった。事前イメージでは 8 名全員が最初の 3 つの図形を使い作成をしていたので、3 つの図形が入っていることが撮影の基準となっていたと考えられる。写真撮影をするタイミングは自分が撮りたいと思った要素が画角に収められる状態であることが必須条件なのではないか。

また、上記以外にもいくつか興味深い結果を得ることができた。まずは、写真を撮る枚数が人によって全く異なっていたということだ。最も少なかったのが B で 4 枚、最も多かったのが G の 30 枚であった。なぜこのような差が生まれたのかを普段どのように撮影を行うのか尋ねてみると、撮った枚数が多かった人は普段あまり深く考えずにとりあえず写真を多く撮っておき、後から自分の気に入ったものを選ぶという撮影方法を行っていることが分かった。自分の納得のいく写真を撮るためには、人によって異なる撮影のアプローチを持っていることが分かった。

次に撮影対象を図形にした目的である、図形を物に見立てて撮影する場合とバラバラに散らばっている抽象的なイメージとして撮影する場合の差異についてである。図形を物に見立てて撮影を行った被験者は B,D,G の 3 名いた。B は 3 つの図形を斜めに一直線に並べて原子力のマークを、D は三角形と丸を一直線に並べその下に四角形を並べることで顔を、G は三角形と四角形を並べることで家を、丸を単体で置くことで月を、それぞれ意識して作ろうと思ったという。撮影した枚数や満足度に差異は見受けられなかったが、そのうちの 1 人である G が「抽象的な時はとりあえずいっぱい撮れるけれど、物に見立てる時はタイミングが決まっているからそれを見計らって撮ると枚数が少なくなる」と 2 種類の写真に対する意見を述べた。2 種類の写真の間で満足度の結果などに違いは見受けられなかったが、撮影方法同様に自分が撮りたいと思う写真の形態によっても撮影のアプローチは変わってくるのではないか。

5.まとめ

実験の結果から、写真を撮る前の事前イメージは納得して撮影した写真と密接に関わっているが、その事前イメージに細部までぴったりと写真を合わせるようなことまでは撮影者は考えておらず、事前イメージと実際に撮った写真の関わり方は想定よりもずっと多様なものであった。基本的には事前イメージは写真に納得感を感じるために必要な要素や枠組みを作り出していることが多かったが、事前イメージを超えたいと思う目標にする者もいれば、事前イメージを理想の形として写真を撮る時にお手本のように使用する者もいた。

また、写真を撮ったときの納得感には対象物を目で直接見ている時と写真を通して見た時の感覚のズレも影響しているのではないか。「写真で撮った物を見てみたら思ったより綺麗じゃなかった」という意見があったように、実際の目で見て撮影する時と写真を通して見る時の両方の感覚が納得した時に写真の納得感が生まれているのではないかと考えた。

写真の納得感とは自己が見られたいイメージやそこから生まれた重視したい要素、実際に目で見た時の感覚など多くの面を通して形成されていた。

5.1.今後の展望

実験の結果やまとめを踏まえ、今後の展望について述べていきたい。今回の実験は手順や要素を入れ替えることで写真を撮る際の様々な要素を観測する事ができると考える。例えば、今回は自分の持っているイメージを顕在化させたいと考え、自己イメージを先に形成することに重点を置いていたが、その結果動画で被験者の想定外の動きを図形が見せたために事前に作っていたイメージの要素が開始直後に崩れてしまうことがあった。普段どこかへ出かけて写真を撮る際は事前に下調べをしてある程度のイメージを持った状態でその場に行くことも場合も多いので、先に動画を見せてある程度図形の動きや形のイメージを伝えてから事前イメージを作成してもより現実の写真撮影に近づいたものになるだろう。また、撮影対象も要素を比較しやすいように図形を用いたが、自分が見られたいイメージをより強く写真に反映できるように、被験者の思い入れのある物などを被写体にしても異なる側面を捉えることができたのではないか。

SNS が普及した現代においては自分がどのように見られたいかを意識し、それに沿って写真を撮影し発信するということを多くの人が行うようになった。そして、そのイメージ通りの写真が撮れずに悪戦苦闘する人も多い中で、自己のイメージがどのように写真と繋がり作用しているのか、どのような心理的な影響を及ぼすのかを調査し、明らかにすることは非常に重要なことであると考える。本実験だけにとどまらず今後もそのメカニズムを追求していきたい。

6.謝辞

卒論の執筆にあたり、まずはテーマ決めや実験についてアドバイス頂いたドミニク・チェン先生に厚く御礼申し上げます。また、実験に参加してくださった方々、論文や実験の構成についてアドバイスをくださった発酵メディア研究ゼミのメンバーを始めとする多くの方々にも感謝の意を表します。

7.参考文献

・キャノンマーケティングジャパン『ichikaraLab ワカモノスタディ report』
https://cweb.canon.jp/personal/ichikaralab/wakamonostudy/report3/
(最終アクセス 2022/12/10)
・迫川尚子『食と人　Ferment vol.1 味の形　迫川尚子インタビュー』Ferment books 2015
・馬場信彦『自撮りと女子文化―演技する身体と自己イメージの操作』甲南女子大学研究紀要第 54 号.2017
・林裕之　森健『Z 世代の“SNS 疲れ”から生まれる一人行動ニーズ　～SNS は若年層における情報収集のメインツールにもなっている～』2022.2.　野村総合研究所
https://www.nri.com//media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/report/cc/consumer_trends/20220202_01.pdf?la=jaJP&hash=4B1B75C9DAA8E7CF8A310B52C7472A9C34E5E2D7　(最終アクセス 2022/12/08)
・樋口誠也『撮影者のまなざし：写真撮影の動機となった対象の研究』　名古屋学芸大学メディア造形学部研究紀要.2021
・樋口誠也『眼差しの在り処』2019
https://media.nuas.ac.jp/visual/2019/04/20190415-2/ (最終アクセス 2022/12/04)
・ABEMA TIMES『友人の“キラキラ投稿”を見て傷つく・・・「SNS 疲れ」の背景は自己肯定感の低さ？専門家に聞く対処法』2021.9.1 掲載
https://times.abema.tv/articles/-/10037392（最終アクセス 2022/11/20)
・Twitter アカウント　「なんかいい路地 bot」
https://twitter.com/iiroji_bot?t=TCWAHR7qChzQ3Or9wvCNYA&s=06
（最終閲覧 2023/2/28）