

Instagram に現れる「原風景」を探る

Exploring meanings of "Archetypal scenery" contributed on the Instagram

人文科学系／風景論

地域キュレーションコース

末藤 啓彦

Takahiko Sueto

◎研究背景・目的・方法

奥野健男は1972年の『文学における原風景』の中で「原風景」という概念を提示し、「自己形成期の体験によって、現在においてもある感情の想起と共に思い起こされる風景」、「民族や風土、個人の経験によって原風景は異なる」、「縄文時代以降、山、川など共有の「原風景」をもっている」と説明した。その後、「原風景」の意味は個人の経験に根ざすものにとどまらず、ある社会にとっての「原風景」に拡張されて使用される例が多くなった。

原風景に関する研究は人文、建築、造園、都市計画などの各分野でなされており、「原風景」の特徴について分析したもの、そしてそれを現実の空間の管理に活用しようとする研究が多い。一方で、近年の社会の大きな変化として、情報化社会の発達、SNSの流行がある。そこで本研究では、多くの人がSNSを利用し、自分の見たものや意見を不特定多数の人たちに発信できる状況のもとで、「原風景」に従来の定義とは違った使われ方や新しい意味合いが付与されている可能性に注目した。

具体的には、Instagram上でハッシュタグ原風景(#原風景)が付いた投稿(2021年8月～2022年9月)を240件収集し、「原風景」と表現される風景がどのような風景か、投稿者が「原風景」という言葉をどのような意味で認識しているかを分析することを目的とした。

◎考察

投稿に含まれる情報を一件ずつ定性的に見ていくことで、投稿された画像と「原風景」との関係について、大きく以下の4つパターンを見出すことができた。

- ① 撮影者が「原風景」として認識している、あるいは「原風景」を想起させる風景そのものを写している
- ② 「原風景」を想起させるトリガー的なアイテムをメインに写している
- ③ 被写体自体は「原風景」ではなく、周辺環境や投稿されるまでの体験の中に「原風景」が含まれる
- ④ 被写体となっている制作物の中に「原風景」が表現されている

多くの投稿は①に分類される。風景の中にある特定のアイテムを至近距離で写している場合もみられ、これらは②,③に該当する場合もある。②では想起されている風景こそが「原風景」であり、「原風景」が心象風景であるという性格を明確に表している。③は事業者が「原風景」を事業のアピールポイントとして利用し

ている事例が多い。被写体自体には店で提供される料理などが用いられ、飲食店や宿などの周辺環境について「原風景」という表現で付加価値をつけることで「原風景を提供できます」という事業者側の意図を表している。④では「原風景」を写実的に表すものと抽象的に表すものが確認できた。



パターン①



パターン②



パターン③



パターン④

画像出典 <https://www.instagram.com/> #原風景より抜粋

上記①の「原風景」にはさらに以下の2つの意味の与えられ方が存在する。

A 個人的な体験に基づく心象風景としての「原風景」

B 社会で共有されている「原風景」のイメージ

Aは画像と共にコメントがあり、投稿者が想起する過去の体験との関係が明記されている。Bはコメントやハッシュタグに、「日本の原風景」のような地理的範囲を示す使われ方をしているパターンである。ある市区町村を指して「～の原風景」という場合も確認できたが、「日本の原風景」という使われ方が特に多かった。

◎結論

多くの事例で現れた「原風景」の使われ方は、従来の定義にも十分に当てはまる範囲だったといえる。一方で、パターン②でみたように「原風景」という属性にアピールポイントとしての価値を見出す例や、「日本の原風景」=「日本の美しい風景」というように心象よりも現実の具体的な風景そのものに意識が強く向けられるような変化も見られた。このように新たに意味づけられた「原風景」がSNSの中で再生産されることで、今後も「原風景」のとらえ方は変化していくことが予想される。