

『インスタグラムと現代視覚文化論：  
レフ・マノヴィッチのカルチュラル・アナリティク  
スをめぐって』

|       |                                                                                                                                                                |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| メタデータ | 言語: Japanese<br>出版者: 大阪市立大学大学院文学研究科：<br>都市文化研究センター<br>公開日: 2019-04-17<br>キーワード (Ja):<br>キーワード (En):<br>作成者: ケイン, 樹里安<br>メールアドレス:<br>所属: 大阪市立大学, 桃山学院大学, 鳥取大学ほか |
| URL   | <a href="https://doi.org/10.24544/ocu.20190418-002">https://doi.org/10.24544/ocu.20190418-002</a>                                                              |

# 書 評

レフ・マノヴィッチ（著），久保田晃弘，  
きりとりめでる（編訳），甲斐義明，芝尾幸一郎，  
筒井淳也，永田康祐，ばるばら，前川修，  
増田展大（分担執筆）

『インスタグラムと現代視覚文化論——レフ・マノヴィッチ  
のカルチュラル・アナリティクスをめぐって——』

ケイン 樹里安

2017年度の流行語大賞に「付度」と共に選ばれた言葉が、インスタグラムに投稿するにふさわしい、映えた写真であるか否かを意識する「インスタ映え」であったことは記憶に新しい。だが、そもそも「インスタグラムをする」とは、どのようなことなのか。こうした漠然とした問いに対して、インスタグラム上のデジタル写真の視覚言語を美学として分析したのが、メディア理論家レフ・マノヴィッチによって著されたオンライン・ブック *Instagram and Contemporary Image* であり、その全訳が本書に収められている。

本書は、マノヴィッチの翻訳と付録（資料・図番）が左綴じで、マノヴィッチの論考への9名の論者からの「応答」は右綴じで収められており、書誌情報はちょうど書籍の真ん中に位置する構造となっている。書籍自体が「対話」しているかのような構造であることに加え、9名の個別の論考のテーマや途中で切り替わる紙の材質も相まって、どのように本書を読み進めるかは、徹底して読者の手に委ねられている。付録のカラーの図番に加え、大量のQRコードを介して、たえずオンライン空間に置かれた図版もたどるといふ、スマートフォンを片手にマノヴィッチの理路を追う読書経験／メディア経験は刺激的である。本書はマノヴィッチによってインスタグラミズムという名付けられたイズム（主義）と視覚的美学（visual aesthetics）をめぐる問いに貫かれている。本書は、現代的なイズムを既存の理論枠組みでレトリカルに分析するのでもなく、特定の極端なユーザーの語りや実践に代弁させるのでもなく、情報産業による搾取からの人々の「解放」を論じるのでもなく、ただただその美学のありようを、ひたすらに明らかにすべく編まれている。

マノヴィッチによるインスタグラム論は、2つのステップで構成されている。1つ目のステップは、複数の都市

において投稿された膨大なインスタグラム上のデジタル写真を網羅的にサーベイし、パターンや構成要素を析出するステップである。この時点で、プロフェッショナルな撮影者ではない人々によって撮影された写真を「平凡で取るに足らないものだからこそ〇〇だ」と断じるのみのありがちな議論とは一線を画している。

2つ目のステップは、インスタグラミズムの構成要素や外縁をモダンデザインの美学との比較やスローライフ雑誌『キンフォーク』との共振から描き出すというステップである。いわば、インスタグラミズムの（調査時点における）現在の状況に「どこからやってきたのか」と問いかけながら、インスタグラミズムの主な特徴を描き出そうとする試みである。具体的には、雑誌『キンフォーク』を構成する視覚言語のみならず、ロシア構成主義のグラフィック・デザイン、雑誌『ヴォーグ』『ハーパーズ・バザー』に掲載されたファッション写真、1960年代のロシアを中心とするアヴァンギャルド映画、近年のロシアや韓国のミュージック・ビデオ等で表出された美学との関わりが検討される。

こうした2つのステップに基づき、マノヴィッチはインスタグラムに投稿される写真を、カジュアル写真、プロフェッショナル写真、デザイン写真の3つの類型に分ける。まず、カジュアル写真とは、撮影者の経験や状況を記録することに重点が置かれ、構図や色合い、コントラストにはさほどこだわらない、いわゆる「平凡」なスナップショットの類のものである。次に、プロフェッショナル写真とは、20世紀に発展した写真の慣習（convention）、つまり、水平のとれた構図、遠近に渡る写真のディティール、解像度、ボケのありかたといった、ある種の規範的な美しさに即した写真群である。そして、デザイン写真とは、フラット・レイ（撮影対象を上から垂直に撮影する）の構図で撮影された写真群にしばしば見られるような諸特徴（明度とコントラストが高く、平面的で、ディティールは少なく、カラーパレットが制限される）を備えることで、強い二次元的なリズムをもち、浅くて平坦な空間の創出を表現するもの、あるいは、画面のフレームでカットされた顔や身体やモノの見せ方によって「没入」と「即興としての人生のあらわれ」（p. 144）を表現するといった、独自のスタイルによって、美学を表現したものだとされる。この3つの類型のうち、特にデザイン写真にこそ、インスタグラミズムと呼ばれるべき、現代の美学が凝縮されているとマノヴィッチはみなす。

では、インスタグラミズムとは何なのか。まず、インスタグラミズムとは、レンズが捉えた画像とデザイン技術（インスタグラム内のフィルターや編集加工用のアプリ、ソフトウェア）というメディア形式と特定のコンテンツの「組み合わせ」に見受けられる視覚的美学であ

るという。この視覚的美学は遅さ (slowness) や技巧 (craftmanship)、最小のディティールに対する配慮によって構成されており (p. 105)、個々の写真からは、特有の感覚 (sensitivity) や姿勢 (attitude)、調子 (tonality) が見いだされるという (p. 86)。個々の具体的なありようは、大量の図版と QR コードから確認できる写真群によって読者に提示されており、たしかに、特定のスタイルが現れているように思われる。だが、写真史・近現代美術史研究者の甲斐義明が指摘するように、プロフェッショナル写真とモノヴィッチがことさらに評価を与えるデザイン写真との「境界はしばしば不明確」であるようにどうしても思われてしまう (本書・論考集 p. 21)。そして、不明確なままにデザイン写真を美的な実践として肯定的に論じるために、インスタグラミズムとは何か、という点がかえって曖昧になってしまった部分があるように思われる。

一方で、「メディア理論と美術史の伝統的な『定性的アプローチ』と『ビック・カルチュラル・データ』の計算による定量分析」を組み合わせることで (p. 12)、「インスタグラムをする」ことを視覚的美学という射程から明らかにしようとした試みは魅力的だ。「インスタ映え」という人口に膾炙した言葉では掬い取ることでできない、日々その数が増殖していくデジタル写真群にあられる、どこかパターン化された視覚言語や美学の諸特徴を、より精度の高い言葉に置き換えながら分析する道を拓いた意義は大いにある。

モノヴィッチとカルチュラル・アナリティクス・ラボの研究プロジェクトが導き出した議論をいかに引き受け、どのように押し広げることができるか。紙幅も限られているので、以下では、モノヴィッチの議論を支える価値判断を指摘することで、応答の方途を示唆するに留めたい。

モノヴィッチは「今日のカジュアル・アイデンティティは、小さな変化 [small variation] と微細な差異 [subtle difference] によって確立されている」と指摘する (p. 98)。そして、何かしらの文化の担い手としての人々のアイデンティティを「洗練させ、『個性的』にしていくためには欠かせないメカニズムを提供している」ものとしてインスタグラムを捉える。モノヴィッチにとって、いわゆる『サブカルチャー』や『食べ物の好み』、『ファッションスタイル』を起点とする個人のアイデン

ティティは (p. 101)、結局のところ『『独自のアイデンティティ』ではなく、ある集団のアイデンティティの中に取り込まれる』ことを意味する (p. 100)。だが、たとえ「同じ編集ツールを使う」ために「完全な独自性を達成することは非常に難しい」としても、「『十分に個性的』な存在感 (ビジュアル・プレゼンス) を発揮することならできるかもしれない」とインスタグラムに可能性を見出す (p. 101)。つまり、インスタグラムを介すれば、集団的なカルチュラル・アイデンティティに完全には取り込まれない、より「個性的な」存在として自らのアイデンティティを確立することができるのではないか、というのだ。

モノヴィッチは結論で、インスタグラミズムに則った実践は「グローバルな中産階級のリアリティに批判的な、リベラルな意識の出現」 (p. 159) であり、インスタグラムは「何十もの国々の『モバイル』クラスの若者」に自らの「ライフスタイルや想像力、さらには存在、意味の創造、そして社会性のメカニズムに対する洞察を与えている」と唐突に述べる (p. 165)。だが、議論の根拠となりうるようなデータは示されない。突然の楽観的な技術決定論と呼びうる論理の跳躍に読者は戸惑うにちがいない。おそらく、モノヴィッチは、より個性的なアイデンティティの確立可能性に賭けているのだろう。加えて、4章8節のタイトル「私たちはインスタグラムの投稿者を『解放』する必要があるのか？」に注目されたい。この節タイトルには、「人々は愉快そうに投稿しているが、実際には情報産業の利益増大に無償で (『インスタ映え』のために遠方の撮影スポットに行く場合には有償で) 尽くす労働を強いられているのだ」といった論調の、ユーザーの実践に批判的な議論を牽制する含意がある。モノヴィッチは、人々の「解放」を謳う論者が参照する「資本主義、フェティシズム、商業主義といったマルクス主義を継承した既存の理論的概念」を「参照しない」ことで、インスタグラムユーザーの「人生を尊重していないことになる」 (p. 30-31) 研究とは一線を画すことを目指している (p. 31)。だが、諸概念を参照せず、ただ称揚することが「尊重」の条件とは限らない。個性的なアイデンティティを確立するよう迫るイズムに疲弊を感じている人々にとっては、「解放」の言説こそ意義がある。モノヴィッチのイズムをも相対化するような、クリティカルな応答が求められるのではないか。