

הקשר בין אוכל ורגשות- food&mood

עבודת חקר במסגרת לימודי סטילס

מגישה: נועה רואש

ת.ז: 325136281

בית הספר הריאלי העברי בחיפה, תיכון בית בירם 2020

מבוא לעבודה

עבודת החקר שלי בנושא הקשר בין אוכל ורגשות עוסקת בשאלה: מה אוכל מייצג בצילומים? עבודת החקר כוללת: סקירת ספרות במסגרתה סיכמתי מספר מאמרים העוסקים בנושא העבודה. סקירת הספרות מתייחסת לאוכל במספר היבטים- אוכל כנושא אמנותי, צילום אוכל מסחרי, צילום אוכל בעידן הדיגיטלי- תופעת porn food ובמצבי רוח ואוכל- יחסי הגומלין בין השניים. פרק המתודולוגיה בעבודת החקר הינו- ניתוח צילומים, במהלכו בחרתי שלושה צלמים, וניתחתי שלוש תמונות של כל אחד מהצלמים המציגה אוכל באופנים שונים. בסוף עבודת החקר ישנו חלק הסיכום ומסקנות וחלק הרפלקציה האישית. באמצעותם אוכל לבחון במבט על את תהליך העבודה, את ההבנות והתובנות שעלו מעבודת החקר וכיצד עבודת החקר תרמה לעבודתי האישית והשפיעה עליה. העבודה עוסקת בקשר בין אוכל לרגשות, ובכלליות "food&mood". כולנו מכירים את עולם האוכל מקרוב, כולנו זקוקים לאוכל ומוקפים בו כל הזמן. לכל אחד יש מערכת יחסים שונה עם אוכל, כל אדם ואדם מסתכל על אוכל מנקודת מבט שונה, ואני רציתי לבחון בעבודתי מה אוכל מייצג בצילומים, בהתחשב בריבוי הפרספקטיבות הקיימות בנוגע למזון ותכליתו בחיינו.

השאלה: "מה אוכל מייצג בצילומים?" מתקשרת לפרויקט הגמר שלי העוסק בקשר בין אוכל לרגשות, קשר ישיר והדוק. לאור סקירת הספרות וניתוח הצלמים- הבנתי כי מהות צילום האוכל היא העברת מסר או רגש- מעבר לאסתטיות התמונה ונראות המזון המצולם. על הצלם להבין מדוע הוא בחר לצלם דווקא את האוכל הזה, במקום הזה יחד עם הדמות הזאת, ובהתאם לזאת להשתמש בשפת צילום מתאימה לרגש או לתחושה שברצונו להעביר לצופים. בעקבות זאת בצילומי הסטים שלי התמקדתי בשפת צילום התואמת את הרגש שרציתי להעביר בכל תמונה ותמונה- בין אם זה התאמת צבעים לרגש או התאמת הדמות המצולמת לאווירה.

סקירת ספרות

הקדמה

עבודת החקר עוסקת בשאלה: מה אוכל מייצג בצילומים? בסקירת הספרות אתייחס לארבעה תתי פרקים: אוכל כנושא אמנותי, צילום אוכל מסחרי, צילום אוכל בעידן הדיגיטלי- תופעת porn food ומצבי רוח ואוכל- יחסי הגומלין בין השניים. ארבעת הנושאים האלו יגבשו תשתית לקשר בין אוכל לרגשות, אותו אבקש לחקור.

אוכל הוא צורך בסיסי לקיום אנושי. לא ניתן להתקיים ללא מזון. עם זאת, בשנים האחרונות אוכל הפך למוקד בידור ושעשוע. כיום, במאה ה-21 אנו מוקפים באוכל- ערוצי אוכל ותוכניות אוכל, ירידי מזון ותערוכות קינוחים, הספרים הנמכרים ביותר הם ספרי בישול, וכמובן הרשתות החברתיות שמקדשות את האוכל וקידמו בשנים האחרונות את תופעת ה-"food porn". זהו עידן של שפע, המקיף אותנו מכל עבר. עומדות בפנינו אפשרויות בלתי נגמרות של מזון ועלינו רק לבחור, כיום האוכל ממלא תפקיד שונה לחלוטין בחיינו. כמובן, אנחנו עדיין אוכלים כדי לשבוע, אך ללא ספק אנחנו אוכלים גם בכדי לשפר את מצב הרוח וכדי להתנסות בחוויות חדשות, אוכל כיום מהווה בילוי לכל דבר. לעיתים נראה שהאמירה "אוכלים כדי לחיות" הומרה באמירה "חיים כדי לאכול", והשאלה היא מדוע אנו מצלמים את המזון שאנו אוכלים כחלק מתופעת "חיים כדי לאכול", וכיצד חשיפה לצילומי אוכל מכל עבר משפיעה על מצב רוחנו? ענף הצילום החל לפני כמאתיים שנים ובכך התאפשר לאדם לראשונה להנציח את הרגע באופן מדויק ואותנטי. יכולת זו שינתה ועיצבה את התפיסה האנושית, והשפיעה באופן מהותי על תחומי האמנות, הפרסום והתקשורת. כיום הצילום מצוי ושכיח בהיבטים רבים ושונים בחיי היומיום- מעיתונות וטלוויזיה, שלטי החוצות, רשת האינטרנט, תערוכות במוזיאונים ועד לרשתות חברתיות. היבטים אלו הינם חלק בלתי נפרד מחיינו כיום. מדוע הרגע אותו אנו בוחרים לצלם ולהנציח הוא רגע הסעודה, רגע לפני הביס הראשון? מה צילומי המזון שסביבנו גורמים לנו להרגיש? ומה אנו מרגישים כאשר אנחנו מצלמים את הארוחה שלנו עוד לפני שבכלל טעמנו ממנה? בכל השאלות הללו אעסוק בסקירת הספרות הנ"ל, ואביא מספר אספקטים בעולם צילום האוכל.

אוכל כנושא אמנותי

מזון הינו רכיב מכריע בחיים מאז ראשית הקיום האנושי ומשמש כמצרך חיים ראשוני על מנת שבני אדם ישרדו. עם זאת, אוכל הוא אינו מצרך הישרדותי בלבד, אוכל משמש גם כנושא באמנויות. בימים עברו- שירים, טקסטים, סיפורים, רישומים, פסלים, ציורים ותצלומים נעשו עם אוכל כנושא משנה. עד המאה ה-17 אוכל לא נתפס כנושא שכדאי היה לתאר אותו כשלעצמו, אלא יותר כהיבט נלווה בקומפוזיציה. שינוי עצום ששינה לחלוטין את עולם האמנות בפני עצמו הוא כמובן המצאת הצילום. עם השנים הפופולריות של האוכל כנושא אומנותי המשיכה והתגברה עד למאה ה-21 העכשווית. כיום אנחנו מתמודדים באופן תמידי עם תמונות ובעיקר צילומי אוכל, בין אם אנו צופים בטלוויזיה, יוצאים לטייל במרכז העיר, קוראים מגזין, מסתכלים בטלפונים החכמים שלנו או מבקרים במוזיאונים, תמונות של אוכל נמצאות בכל מקום סביבנו. מאז ומעולם אוכל היה נושא בוער, מדובר ומצולם. אוכל הינו נושא עשיר ומלא משמעויות נסתרות וסמליות, ולאורך ההיסטוריה של האמנות, האוכל היווה כלי לאמנים לחקור את הרגש, ולהביע את עצמם, את דעתם ואת שאיפותיהם. עם הופעת המדיה החברתית, ההתעניינות בצילום אוכל התפשטה כאשר צילום ושיתוף תמונות של אוכל הפכו לחלק בלתי נפרד מחווית האכילה עצמה. עצם פעולת הצילום והשיתוף של אוכל מעניקה תחושת שייכות או בידול ומצביעה על סטטוס מסוים. דעה רווחת אומרת כי אכילה מתחילה במראה עיניים, ובהתאם לכך, מנה שהיא גם יצירת אומנות מעוררת לא רק את חוש הטעם והריח- היא גם חוויה תרבותית ורגשית שמהווה יצירת אמנות לכל דבר. המעבר מציור אוכל לצילום אוכל, הביא את המזון עצמו למוקד היצירה, ולמעשה החליף את הקנבס והמכחול בצלחת ומצלמה.



צילום אוכל מסחרי

קמפיינים של אוכל מסחרי הם חלק מחיי היומיום בעיר המאה ה-21. בכל מקום ברחובות- החל משלטי חוצות במרכז העיר, פוסטרים של מסעדות מזון מהיר בתחנות האוטובוסים, ועד לפרסום אוכל בטלוויזיה ובטלפונים החכמים, אנו חשופים בכל עת לדימויים של אוכל. התמונות הללו מציגות תיאורים של מאכלים שונים, המוצגים יפה ככל האפשר. במבט ראשון, זה לא נשמע כמו דבר רע להיות מוקף בתיאורים יפים של אוכל כל יום, עם זאת, אם נחשף יתר על המידה לתמונות של מזון ייתכן וזה יביא להשלכות שליליות ולבעיות בריאות הציבור. צילום האוכל המסחרי, עוסק בצילום מאכלים למטרות מסחריות עבור שימוש בפרסומות, אריזות, מתכונים, מגזיני אוכל וספרי בישול.

הרטוריקה החזותית המצויה בתמונות המסחריות, מעוררת את התיאבון הגופני ואת התיאבון החברתי יחד, נראה כי המנגנונים שלהם לעורר תיאבון אצל הלקוח נותרו קבועים בעשורים האחרונים, למרות תחרות חדשה מערוצי המדיה הדיגיטליים השונים. צילומי האוכל המסחריים משלבים יחסי כוח, הנאה אסתטית ומציצנות.

הצילום, בדומה לציור כולל מרחב פיקטיבי, מישור התמונה, מיקום ואופי של המתבונן, ורעיונות של ריאליזם וייצוג. כיצד הצלם משתמש במרכיבים אלו בכדי למקם את הצופה, איך הוא בונה נרטיב, וכיצד הדימוי החזותי מעורר תשוקה או חרדה. צילום המזון מעודד אותנו לראות מזון כפיסול, ולמעשה כיצירת אמנות המכילה נרטיבים חברתיים, ואף מאפשר לנו לבחון מבט על פי מגדר. לצורך העניין, 73 אחוז מהמנויים למגזין המזון הנמכר ביותר באמריקה הן נשים.

התרבות הוויזואלית של אוכל ואופן הצגתו במגזיני האוכל הפופולריים כמעט ולא השתנו. איזה אמצעים טכניים, רטוריים, פסיכולוגיים, ושיקולים חברתיים מוטמעים בדימוי המצולם או מודחקים בו? המאפיין הבולט ביותר הינו הקשר בין הדימוי לצלחת. לדוגמה, צילום מסחרי של צלחת פסטה, תצולם תחת תאורה חמה, הגוונים החמים ישלטו בפריים, כמו גם מוטיב של ספירלות- צלחת עגולה ופסטה שזורה. "חרוזים" חזותיים אלה מנמיכים את ההיגיון של הדימוי ואת כל האובייקטים בתמונה.

ניגודי הצבעים שנמצא בצילום אוכל מסחרי מעניקים חיים לתמונה ולאוכל המצולם. לדוגמה: כתום תמיד יראה יותר חי אם לצידו יהיה צבע כחול, ירוק יהיה בהיר יותר לצד אדום וסגול יבהיר צבע צהוב. אפקט אופטי זה הפך לאסטרטגיה המרכזית בצילום אוכל מסחרי. אם נשלב יחדיו את חיות התמונה שנוצרה באמצעות ניגודי צבעים, אורות חמים, מיקוד חד ועומק שדה רדוד ייווצר תוצר שיעודד את הצופה לטעום את המנה בעיניו בלבד.

הרגש שאנחנו רוצים להעביר בעזרת התמונה יבוא לידי ביטוי בעת תכנון הצילום. אם אנחנו רוצים לצלם תמונה מלנכולית, אנחנו עשויים לתפעל אור בדרך מסוימת בכדי להבליט את הצללים. אנחנו עשויים להכניס פחות אור לפריים ולבחור אביזרים ורקעים כהים יותר. אם אנחנו מצלמים בעקבות תחושה נעימה ונינוחה, נוכל להכניס לפריים יד עם סוודר צמר או כוס תה ולהעלות את טמפרטורת האור, בכדי לקבל גוונים חמים וזהובים. אם המטרה שלנו היא לתת תחושה של ניקיון, נשתמש ברקע לבן ונושא מואר היטב וכדומה.

תצלום האוכל תופס רגע מסוים במחזור המזון - הרגע בו רעב עומד לפגוש סיפוק. צילום האוכל יכול להביא לסיפוק העין והמחשבה, הוא יכול לספק הנאה אסתטית נטולת קלוריות. יתר על כן, צפייה בתמונת מזון מסחרית תפתח ציפיות חיוביות לגבי אותו מאכל מצולם ותשליך על חווית אכילה מהנה. אוכל עושה מסע מהפרעה-בעודו חומרי גלם בלבד, לסדר- בשולחן, וחזרה אל הפרעה- בעיכול המזון. המוצר החקלאי נהפך למזון ומוצג בפניי הצופה בתמונה ערוכה ומתוכננת היטב בכדי למקסם את התשוקה.

רכישת מוצרי מזון מוגדרת כ"קנייה במעורבות נמוכה". כלומר, החלטת הקנייה מתבצעת באופן אוטומטי, ללא איסוף מידע, בדיקת חלופות שונות או כל הכנה מוקדמת. הקנייה נעשית באופן הזה בעקבות הרגל או מתוך דחף רגעי. לכן, הצרכן ירצה לפשט את תהליך החלטת הקנייה, ואינו מייחס חשיבות רבה לתוצאותיה. משמעות הדבר היא, שחלק נכבד מהחלטת הקניה במעורבות נמוכה מתקבל בעת המכירה עצמה. כלומר, הבחירה האם לקנות את המוצר, אינה נובעת בהכרח מתוך העדפת מוצר מזון אחד על אחר, אלא בעקבות זיהוי מוצר מסוים ולא מוצר אחר. באמצעות גירויים שונים ניתן לחשוף את הצרכן למוצר מסוים ולעורר אצלו דחף לביצוע הקנייה. קיימים גירויים רבים, אך אחד מרכזי מתוכם הינו צילום מזון. צילום מזון יוצר גירוי חזותי חשוב, שעוזר לצרכן "לטעום" את מוצרי המזון המצולמים, עוד לפני



שרכש בפועל את המוצר. למשל, צילום המזון עשוי להזכיר ללקוח ריח או טעם מסוימים, ובעקבותיהם יתעורר החשק לקנות את מוצר המזון.

צילום אוכל בעידן הדיגיטלי- תופעת porn food

פיצה היא האוכל המתויג ביותר באינסטגרם, עם כ-35 מיליון אזכורי "האשטג". למען קנה מידה, זוהי כמות גדולה יותר של אזכורי "האשטג" משל ביונסה וקים קרדשיאן ביחד. התיאבון הבלתי שובע לצילומי אוכל משפיע על כל ענף המסעדות. מהתפאורה ועד תפריטי שתייה, הכל חייב להיות מוכן באינסטגרם.

כיום יהיו שיעברו על חשבון אינסטגרם של מסעדה ויבחרו מה לאכול על סמך מה שהם רואים, הם לא יסתכלו על התפריט. לכן לתמונות צריך להיות הכל. מסעדנים מרגישים לחץ ליצור מנות מותאמות לאינסטגרם ול"רצון הפוטוגני" של הלקוחות גם אם הם לא שבעי רצון עם המנות האלו. ההתמקדות בדימוי אולי נראית שטחית אך פרופסור צ'רלס ספנס, פסיכולוג מאוניברסיטת אוקספורד, אומר שהנראות אכן חשובה. "לאופן שבו אוכל נראה ומסודר על הצלחת יש השפעה גדולה מכיוון שזה מציב ציפיות. המוח שלנו מדמיין איך יהיה טעם וזה מעוגן את חווית הטעימה", הוא אומר. ספנס קיים ניסוי בו נותנים לקבוצת סועדים את אותו האוכל- לחצי מהסועדים האוכל פשוט נזרק לצלחת, והאחרים מקבלים את אותו האוכל אך מסודר באופן אסתטי ואומנותי. אלה שקיבלו את האוכל שנראה טוב יותר, טוענים שהוא טעים יותר ומוכנים לשלם עבורו יותר.

בדומה לניסוי של ספנס, הביולוג ההולנדי ניקולאס טינברגן, חשף דפוס התנהגות של בעלי חיים. במהלך ניסויים שקיים גילה כי בעלי החיים העדיפו גרסאות יפות וזוהרות יותר של סביבתם הטבעית, המושכות את תשומת ליבם. הוא קרה להעדפה זו "גירויים על טבעיים", גירויים מושכים אך מזויפים. מהות הגירוי העל-טבעי, היא חיקוי מוגזם יכול לגרום למשיכה חזקה יותר מהדבר האמיתי. "פורנו אוכל" הינו עוד גירוי על-אנושי מובהק, תמונות מסודרות וערוכות בקפידה, המציגות ארוחה מושכת ועסיסית שאינה מציאותית הלכה למעשה. פורנו אוכל הוא חוויה ויזואלית, וכפי שאמנדה סימפסון, יוצרת האתר "Food Porn Daily" מניחה, הוא "כל דבר שגורם לי להזיל ריר" - דבר שצריך לייצר רצון שהוא לא יכול לספק. מחקר משנת 2012 שפורסם בכתב העת פיזיולוגיה והתנהגות, מצא כי פרטים שוליים לכאורה הקשורים במראה המנה, כמו ברק, אחידות וצורה, יכולים לשנות את אופן התפיסה של הסועדים בטעמו וריחו. אבל מה קורה כאשר אכילה עם העיניים היא הצעד היחיד, ולא רק הראשון, כאשר התמונה אינה מבוא לריח וטעימה של מנה, אלא החוויה כולה?

יש המאמינים שתמונות של אוכל רק מעוררות את התשוקה לדבר האמיתי. מחקר משנת 2012 למשל, מצא כי הסתכלות בתמונות של אוכל עשויה להספיק בכדי לגרום לספיגת גרלין, הורמון הגורם לרעב. אולם מחקרים אחרים הראו כי כשמדובר בתיאבון, פורנו אוכל עשוי להוות תחליף למזון עצמו. מחקר מצא כי התבוננות בתמונות של אוכל עשויה להדחיק את הרצון של אנשים לדבר האמיתי, אך רק אם האוכל בתמונה בעל טעם דומה לאוכל אמיתי שאתה עומד לצרוך. כאשר מתנדבים צפו בתמונות של חטיפים מלוחים ואז אכלו בוטנים מומלחים, הם נטו ליהנות יותר מאשר אנשים שאינם צפו בתמונות כלל.

יש הטוענים כי פרסום תמונות של ארוחות במדיה החברתית הוא סימן למערכת יחסים לא בריאה עם אוכל. אנו מצלמים דברים שחשובים לנו, ועבור אנשים מסוימים, האוכל עצמו הופך להיות מרכזי והשאר - המקום, הסביבה והחברה הם שוליים וחסרי משמעות. רעב, כמיהה, רצון וצורך מתלכדים בדרך מורכבת בעת צריכת מזון, אך עדיין אין להתווכח שככל שזה יפה יותר, נוצץ יותר ומושך יותר תשומת לב מהדבר האמיתי, יש לנו סיבה מוצקה מספיק כדי ליהנות מזה.

בסופו של דבר צילום האוכל מסתכם בתהליך קבוע- אדם מתקשר עם מה שבצלחתו. יש לקחת בחשבון זוויות מצלמה, תאורה, קומפוזיציה ומיקום הסכו"ם. כל זה לוקח זמן, מעכב את האכילה הממשית, ובונה ציפייה לרגע הטעימה. שבסוף תגיע הנגיסה הראשונה, החוויה תהפוך לטעימה הרבה יותר. הקשר בין שביעות רצון מוגברת לצילום, מסביר מדוע מישהו שהתרגל ל"טקס" הצילום של האוכל שלו עשוי להתקשות להיפרד מהפלאפון שלו בעת



הסעודה. אוכל מצולם ומשותף דיגיטלית הוא במובן מסוים, טעים יותר מכל מאכל אחר שאינו מתועד.

מצבי רוח ואוכל - יחסי הגומלין בין השניים

מצבי הרוח שלנו מכוונים את הכמיהה שלנו למזון מסוים. כאשר נרגיש רגש מסוים, נושיט יד למזון ספציפי שלא היינו אוכלים בדרך כלל. לדוגמה, עצב או בדידות יגררו בדרך כלל תאוה למאכלים מתוקים ושומניים כמו שוקולד, גלידה או צ'יפס. כיום, אכילה רגשית הינה דרך פופולארית ונפוצה להתמודדות עם רגש. לעיתים נראה כי אנו מאכילים את רגשותינו ולא את גופנו. התנהגויות אנושיות רבות מונעות על ידי רגשות שאינן במודע שלנו, והאוכל שאנו אוכלים הוא דוגמה מרכזית לכך. גורמים פסיכולוגיים ופיזיולוגיים משפיעים על מה שאנחנו בוחרים להכניס לגופנו ועל כן, קיים הקשר בין אוכל לרגשות. אנו זקוקים למזון בכדי לשרוד, אך ישנם מזונות מסוימים שאוכלים רק בנסיבות ספציפיות. לדוגמה קפה, ישנם אנשים שאינם יכולים לתפקד ללא קפה. בדומה לקפה גם אלכוהול נזקק בנסיבות מסוימות- בכדי להשתחרר, להירגע ולהרגיש בטוח יותר. הקשר בין אוכל למצב רוח נקבע על ידי מאות מחקרים מדעיים. רבים מראים כי חרדה, דיכאון, עייפות ועצבנות יכולים להיגרם כתוצאה מתזונה לקויה או לא מאוזנת. מערכת היחסים של בני האדם עם אוכל מורכבת מאוד, אך היא מהווה מפתח להבנת רגשותינו ומצבינו הנפשיים. די להתבונן בהרגלי אכילה של אדם ולהבין מה מצבו הנפשי ואיך הוא מרגיש ברגע נתון. מחקר אחד מראה את התפקיד המשמעותי של הרגשות בצריכת מזון. התוצאות הראו שהמשתתפים הרגישו שביעות רצון לאחר שאכלו אוכל עתיר בשומן ואנרגיה גבוהה, ואילו עם ארוחה דלת פחמימות המשתתפים הרגישו שלא מולאו. מחקרים מדעיים נוספים, הראו את הקשר בין הרצון למזון ספציפי לבין הצורך במוצרי מזון מסוימים. מרכיבים תזונתיים מסוימים משמשים את הגוף לוויסות הרגשות, מצב הרוח או המצב הגופני. למשל שוקולד, השוקולד מכיל כימיקל מסוים, שהוא זהה לחומר הכימי שהמוח שלנו מייצר כאשר אנו חשים את הרגש של אהבה רומנטית.

רעב רגשי הינו מבוסס בתודעה- הוא פתאומי וספציפי- רוצה אוכל אחד מסוים, ואילו רעב פיזי מגיע מהבטן, איטי יותר ופתוח למגוון מאכלים. התשוקה לאוכל היא לרוב רעב רגשי. זו הדרך

של הגוף לתקשר ולהביע צורך בסיסי שלא קיבל מענה. אולי זה צורך בנוחות, מגע, אהבה או תמיכה.

סיכום ומסקנות

אוכל הוא מרכיב חיוני ומכריע בחיינו, בני האדם אינם יכולים להתקיים בלעדיו, אך אוכל טעון בעוד צרכים ורצונות רבים אחרים. כאחת שמאוד אוהבת לאכול ולהכין אוכל, בחרתי לעסוק באוכל בפרויקט שלי, וגיליתי עולם שלם שלא הענקתי לו מחשבה וחשיבות כה רבה בניגוד למה שחשבתי קודם לכן. למדתי כי אוכל הוא בין הדברים העיקריים והמשמעותיים בשבילנו בחיי היום-יום, מה שאני אוכלת או התמונה של האוכל שצילמתי, יכולים לספר עליי הרבה יותר ממה שחשבתי. מזון מהווה דרך לפריקת רגשות, הוא מהווה נושא באמנויות, בנוסף הוא גם כלי מסחרי וכלכלי. כלומר, אוכל מקיף אותנו מכל עבר בין אם אנו מודעים לכך ובין אם לא, אנו מנהלים את חיינו סביב האוכל כל יום, כל היום- האוכל הוא צורך קיומי, מוקד אירועים חברתיים, מקור הנאה ועונג, אך גם מקור לחוסר ביטחון עצמי והפרעות אכילה. אכילה היא נושא טעון כשלעצמו, כל אדם חווה רגשות מעורבים בקשר למזון. וכאשר אמנות פוגשת את האוכל נוצר קשר הדוק ומלא מסר ורגש שניתן להעביר ולקבל. המדיום בו אנו פוגשים בעיקר אוכל בחיי היומיום שלנו הוא צילום. אנו נחשפים לאוכל בתמונות באופן תמידי ובכל מקום- בספרי בישול, מגזיני אוכל, ערוצי אוכל ותכניות בישול, פרסומות ורשתות חברתיות. אין לנו איך לברוח מצילומי המזון המקיפים אותנו, על כן, כל אחד מופעל על ידי רגשות שונים במגע עם אוכל. יהיו כאלו שיצלמו אוכל כחלק מפרויקט אמנותי בעל מסר גלוי וברור, היוצג גם בבמה מתאימה כמו תערוכות במוזיאונים וגלריות, יהיו אלו שיצלמו אוכל מטעמים מסחריים במטרה למכור מוצר מזון מסוים, ויהיו אלו שיצלמו אוכל בכדי להעלות תמונה לעמוד האינסטגרם שלהם. אופי צילום האוכל נגזר ממטרת הצילום ומקום פרסום התמונות. לכן אופן הצגת האוכל ומה שהוא ייצג בכל תמונה ותמונה יהיה שונה בהתאם לאיפה שנראה את התמונה, ובהתאם למי שצילם אותה. לכן, יש להבחין בין צילומי אוכל אמנותיים, מסחריים, ספונטניים וחובבניים. כל צילום שכזה מבקש להעביר מסר שונה לצופה, שיעורר אצלו רגשות שונים ומגוונים. אני

באופן אישי הבנתי עד כמה האוכל אכן משמעותי בחיי ובחיי הסובבים אותי. כעת אני מצליחה לראות באוכל גם כלי להבעת רגשות, אני מבינה שאפילו התמונה שאני בוחרת להעלות לאינסטגרם של הארוחה שלי טעונה באיזשהו מסר ובאה לספר משהו. מתוך ההבנה הזו אני מודעת, וגם חושבת יותר לעומק בכל פעם שאני מצלמת אוכל או אפילו בוחרת לאכול משהו מסוים ולא אחר.

פרק מתודולוגיה- ניתוח צלמים

בפרק זה אחקור אודות שלושה צלמים ועבודותיהם. שלושת הצלמים שבחרתי הם: מרטין פאר, שרה באבא וטרי ריצ'רדסון. שלושת הצלמים הללו צילמו סדרות המתעדות אוכל ובני אדם. כל אחד מהם הביא נקודת מבט אחרת בשאלה מה אוכל מהווה עבורנו ומה הוא מייצג. אנתח שלוש תמונות מכל סדרה שצילם כל צלם, ואתייחס למספר קריטריונים כגון: קומפוזיציה, עומק בפריים, צבעוניות, תאורה, יחסי דמות רקע ועוד. באמצעותם אראה כיצד מרכיבי ומאפייני התמונה משרתים את מטרת הצלם, ואילו תחושות ורגשות חווה הצופה מצפייה בתמונות. בנוסף אבחן מהו הקשר בין שימוש במרכיב מסוים בצילום לבין הרגשות והמסר המועברים.

1. מרטין פאר

מרטין פאר, נולד ב-23 במאי 1952 באנגליה. הוא צלם תיעודי בריטי, אשר ידוע בפרויקטים צילומיים המתבוננים במבט אינטימי וסאטירי על החיים המודרניים. מרטין פאר מרבה לתעד את המעמדות החברתיים באנגליה, ואת עושר העולם המערבי. בשנת 1994 הצטרף כחבר ב Magnum Photos - קואופרטיב צילומים בינלאומי השייך לצלמים ברחבי העולם. עד היום פורסמו כארבעים ספרי תמונות שלו, והוא הופיע בכ-80 תערוכות ברחבי העולם.

אתייחס לשלוש תמונות של מרטין פאר, מסדרת התמונות שצילם: "ויילס" (מדינה וחבל ארץ באי הבריטי). סדרה זו מאגדת ובוחנת היבטים שונים בחיים בויילס ובתרבות הוולשית המקומית, החל ממקהלות הגברים, הספורט הלאומי, פסטיבלים וכמובן אוכל.

קישור לאתר ולסדרה זו: [/https://www.martinparr.com/recent-5](https://www.martinparr.com/recent-5)

● תמונה מספר 1

תחילה אתייחס לקומפוזיציה בפריים, הדמות המצולמת נמצאת במרכז הפריים בצידי הפריים אנשים יושבים ברקע- דבר המביא את האדם המצולם לקדמת הפריים ומבודד אותו מהרקע. בפריים עומק שדה רדוד עד בינוני, ניתן לראות את הסיטואציה אך לא במלואה. מרכיב בפריים המעניק תחושה זולה לתמונה מלבד הסיטואציה הוא צבעוניות התמונה. בתמונה ניתן לראות בעיקר צבעים אפרפרים וקודרים, מלבד כיסאות הפלסטיק האדומים ברקע ודוכן הדונאטס- שמדגישים את הסיטואציה הפשוטה וה"זולה" שאנו רואים בפריים. הדברים הצבעוניים הבוהקים הם ה"ג'אנק פוד"- הדונאטס ברקע והצ'יפס שאוכל הגבר. התמונה אינה נראית מבוימת, היא משדרת אותנטיות ופשטות. בנוסף, יחסי הדמות רקע בתמונה הם יחסים ישירים ומחוברים זה לזה- כל הדמויות בפריים נמצאות באותו מצב וסיטואציה, יושבים על כיסאות פלסטיק ואוכלים "ג'אנק פוד". התאורה בתמונה הינה תאורה טבעית, אין הרבה אור בתמונה- כל אלו מעניקים תחושה מציאותית לתמונה. בהמשך לתאורה הטבעית, ניתן להסיק כי לא נעשו עריכה ועיבוד תמונה.

● תמונה מספר 2

בתמונה זו, יחסי הדמות ורקע מהווים את עיקר התמונה, שני קשישות יושבות על ספסל ואוכלות גלידה- נראה שבתחושת מירמור קלה, זהו מראה לא קונבנציונלי ואף מצחיק, ובניגוד לזאת הרקע, פסטורלי, נעים לעין בצבעים פסטלים וגווני כחול. הקומפוזיציה בפריים מעט שונה מהרגיל, יש 'האד רום' גדול מאוד- כחצי מהתמונה, ואת החצי התחתון של התמונה

ממלאות הקשישות שאינן נמצאות באותו מישור, אחת יותר גבוהה מהשניה. בנוסף השיער של הקשישות נמצא בקו אחד עם השיחים והפרחים שמאחוריהן. בתמונה יש מספר רבדים שיוצרים עניין בתמונה: הקשישות שמהוות את מוקד התמונה, השיחים והפרחים מהאחוריהן, לאחר מכן המזח, הסירות והבתים, ולבסוף המים באופק והגבעה הירוקה. כל אלו יוצרים גם עומק בפריים. העומק בפריים הינו עומק שדה רדוד, אך לא לחלוטין, עדיין ניתן לראות מה הם הפרטים ברקע. התאורה בתמונה הינה תאורה טבעית, וכן ניתן להסיק כי לא נעשו עריכה ועיבוד תמונה. התמונה צולמה מאחורה, דבר המעניק תחושת מציצנות, ומעיד על כך שהצילום תיעודי ואותנטי.

● תמונה מספר 3

צבעוניות הפריים אחידה בכל פרטיה, הפריים מואר באור חם וכל הפרטים בפריים בגוונים כתומים-אדומים, דבר זה מעניק תחושה חמימה וביתית לסיטואציה המוצלמת. הילד המצולם נמצא בשליש התמונה והיד המאכילה אותו נמצאת בשני השליש האחרים. מוקד התמונה הוא האוכל- הציפס המרוח בקטשופ ובקבוק המיץ- הם תופסים כיותר מחצי מהפריים. בפריים יש עומק שדה מלא, אין עומק בפריים- כל הפרטים בפריים קרובים זה לזה ומעמיסים את הפריים. התאורה בפריים מלאכותית, תאורה חמה- מנורה הנמצאת בתוך החלל הסגור. התאורה בפריים היא תאורה מלאכותית- ככל הנראה מנורה ביתית. נראה כי לא נעשו עריכה ועיבוד תמונה, יתכן ורק לשם הדגשת הצבעים. התמונה אינה נראית מבויימת, הסיטואציה המוצלמת נראית אמיתית ואותנטית. בנוסף, התמונה צולמה מלמעלה- כלומר לא בגובה העיניים של הילד, מה שמייצר ריחוק בין הדמות לצופה- הצופים משקיפים ומתבוננים בילד, האסוציאציה הראשונית היא שהתמונה צולמה ע"י הורה.



תמונה מספר 1

תמונה מספר 2





תמונה מספר 3

2. שרה באבא

שרה באבא הינה אמנית

בעבודותיה מערכות יחסים, רגשות ותחושות.

מביעים שלל רגשות- ביניהן הרצון לשלווה פנימית, אהבה אמיתית, פחד ממחויבות, חוסר וודאות לגבי החיים והפרדוקס של רצון באינטימיות אל מול רצון בבידוד. מרבה להציג את הנפש האינטימית של נשים, ולנפץ את הסטריאוטיפ של הרגש הנשי כמכשול. צילומיה מביעים שבירת טאבו וחגיגת השחרור השקיפות והתשוקה. כרגע באבא מארחת תערוכות יחיד במימון עצמי באופן בינלאומי וגם מציגה בתערוכות אמנות מרכזיות ברחבי העולם בשיתוף סלבריטאים רבים.

שלושת התמונות שאתייחס אליהן צולמו במסגרת סדרה שצילמה באבא :

"sex and takeout". קישור לאתר ולסדרה זו: <http://www.sarahbahbah.com/rust>

● תמונה מספר 1

בפריים המצולמת נמצאת במרכז הפריים, ויושבת תחת האח. האח יוצר סביבה מסגור שמתכתב עם המגבת שעל ראשה- שתי מסגרות עגולות- דבר היוצר גם קשר בין הדמות לרקע, קשר הקיים גם בין צבעוניות הרקע לבין צבע הגוף של המצולמת והמגבת הלבנה על ראשה. בנוסף הסיגריה, מתכתבת עם האח, ועם הצבעים ה"מעושנים" שמאפיינים את

התמונה. הארט הנלווה לתמונה- שמיכות, שטיחים, אח וגם העירום של הדמות המצולמת, יוצרים תחושה נינוחה, ביתית ופרטית. אין עומק בפריים, קיים עומק שדה מלא. התמונה מבוזמת, וכל פרט נבחר וממוקם בפריים בקפידה ובכוונה תחילה, בימיו התמונה הכולל גם עירום וחשיפה מייצר את התשוקה והמסתוריות בתמונה. התמונה צולמה מעט מעל גובה העיניים- אין קשר עין עם הדמות, הצופים רק משקיפים על הסיטואציה ולא שותפים לה. התאורה בתמונה ככל הנראה תאורה טבעית- אור שמש שמגיע מחלון הנמצא מימין לדמות. לא נעשו עריכה ועיבוד תמונה מסיביים אך כן הודגשו הצבעים בעריכה.

● תמונה מספר 2

הפריים כולו בצבעים מונוכרומטיים, מלבד הצ'יפס שבצבע בוהק יותר. במרכז הפריים נמצאת המצולמת ובמוקד הצ'יפס שבפיה. הפריים פשוט וריק מארט ואביזרים נוספים, דבר הממקד את הצופה בדמות בלבד, ובפרט בעיניים של הדמות שצבען כחול- שזהו צבע המתבלט על פני שאר הצבעים המונוכרומטיים שבתמונה. בתמונה עומק שדה מלא, אין עומק בפריים. זווית הצילום משליכה על הסיטואציה המינית המצולמת- התמונה מצולמת מלמעלה, דבר המקטין את הדמות. התמונה מבוזמת לחלוטין, וכך נוצרת סיטואציה שאינה מציאותית המערבת אוכל ומין במיטה. הדמות והרקע קשורים זה בזה, הדמות המצולמת הינב אישה צעירה ויפה ששוכבת באופן המשדר מיניות, והרקע- סדין לבן, שמדגיש עוד יותר את העובדה שמדובר בסיטואציה מינית במיטה. התאורה בתמונה היא תאורה טבעית המגיעה ככל הנראה מחלון הנמצא בצד שמאל של הדמות, האור המגיע מצד שמאל מייצר בצד ימין צל עדין על הסדין. האור העדין והרך יוצר פער בין הסיטואציה המצולמת- סיטואציה מינית אגרסיבית, לבין נראות התמונה והדמות המצולמת המשדרות רכות ועדינות. נראה כי לא נעשו עריכה ועיבוד תמונה, יתכן וכן נעשתה עריכה מסוימת לשם הדגשת הצבעים.

● תמונה מספר 3

הדמות נמצאת במרכז הפריים. בנוסף נוצר קו אלכסוני ע"י הספה שממקד את הצופה בדמות עוד יותר. בפריים עומק שדה מלא לגמרי, כל הפרטים בתמונה ברורים. בפריים צבעים חמים ובוהקים, בפריים קיימים צבעים רבים שמעניקים לתמונה חיים. התמונה משדרת נינוחות וטבעיות, באמצעות הצבעים שבתמונה, העירום, והסביבה הביתית המתבטאת בארט, כמו שמיכות וספה. לא קיים קשר בין הדמות לרקע כיוון שהרקע הוא קיר לבן, אך קיים קשר בין הדמות לארט והאביזרים הנלווים לרקע. הדמות והארט מייצרים יחד את תחושת הנינוחות, באמצעות העירום והצבעים החמים שמאפיינים גם את הארט וגם את צבע העור של המצולמת. לא נעשו עריכה ועיבוד תמונה מסיביים לתמונה אך נעשתה עריכה לשם הדגשת

צבעים. התמונה מבויתת, נעשתה העמדה ברורה של המצלמת והארט שסביבה. התמונה צולמה באור מלאכותי- פלאש, שמדגיש את כל הצבעים שבתמונה ומחייה אותה, אך גם משטיח אותה. התמונה צולמה בגובה העיניים, דבר המייצר אווירה ביתית ונינוחה המאפיינת את התמונה כולה, ומעניק לצופה תחושה שהוא נוכח בעצמו בסלון.



תמונה מספר 1



תמונה מספר 2



3. טרי ריצ'רדסון

צלם אופנה אמריקאי, נולד בניו יורק. עבודותיו ידועות בסגנון בוטה ופרובוקטיבי. צילם קמפיינים שונים עבור מותגים בינלאומיים כמו: מארק ג'ייקובס, איב סן-לורן, ולנטינו ועוד. בנוסף עבד עם מגזינים נחשבים כגון: רולינג סטון, ווג, הרפרס בזאר ואחרים. מלבד זאת, ריצ'רדסון הוא צלם דיוקנאות מבוקש אשר צילם סלבריטאים רבים, ביניהם ביונסה, אובמה, ריהאנה, ג'וני דפ. ריצ'רדסון עוסק גם בבימוי של קטעי וידאוקליפים מוזיקליים. ריצ'רדסון פירסם כ-13 ספרי צילום של עבודותיו, ובשנת 2012 הציג לראשונה תערוכה אישית של יצירותיו בגלריה בלוס אנג'לס. טרי ריצ'רדסון מצלם בדרך כלל צילומי סטודיו, על רקע לבן. צילומי העירום שלו מציגים מיניות בוטה שלעיתים מפורשת על גבול הפורנוגרפיה. עבודותיו המיניות של ריצ'רדסון הפכו אותו לשנוי במחלוקת.

שלושת התמונות שאנתח לקוחות מסדרה שצילם טרי ריצ'רדסון למגזין "ווג" פריז בשנת 2010, לסדרה קוראים: "festin".

• תמונה מספר 1

בפריים צבעים בוהקים ועוצמתיים, כמו אדום- רוטב הספגטי והאודם של המצלמת, וכחול. הצבעים מודגשים עוד יותר באמצעות תאורת פלאש, ומעבירים לצופה רגשות של תשוקה ותאוה. תאורת הפלאש משטיחה את התמונה, לכן אין עומק בפריים. יתר על כן, נוצר צל מאחורי הדמות ומעין מסגור דרמטי, שמייצר תחושה אפלה, ומעיד על מעשה "אסור" שאותו אנו רואים בתמונה. התמונה מצולמת בגובה העיניים, וכך הצופה יכול ממש "להיכנס" לסיטואציה ולחוש באופן ממשי יותר את האווירה של התשוקה. הדמות ממלאת את הפריים, היא במרכז הפריים, וכן הספגטי שממלא גם הוא חלק גדול ממנו. הפריים מבזבזים לחלוטין, מה שמייצר תמונה מוגזמת שתלושה מהמציאות שאנו מכירים. הספגטי יוצר שלושה קווים לאורך התמונה, שניים באמצעות הידיים של המצלמת ואחד שנופל מפיה, דבר המעניק צורה וסימטריה מסוימת לתמונה. נעשתה עריכה מסוימת לתמונה לשם הדגשת צבעים אך לא עריכה מסיבית.

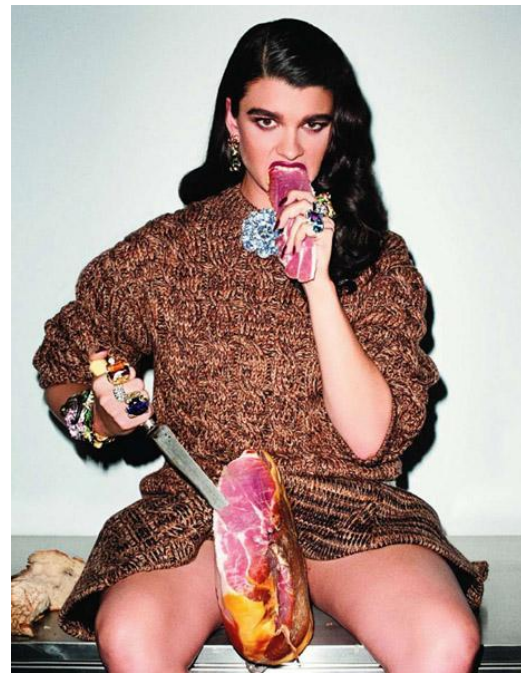
• תמונה מספר 2

בדמות המצלמת ממלאת את הפריים, היא במרכז. הצבעים בתמונה בוהקים ומעניקים לה חיים, בנוסף מעבירים לצופה תחושה של תשוקה. הצילום בסטודיו על רקע לבן והשימוש בתאורת פלאש, מבליטים את כל הצבעים בתמונה ומביאים את הדמות למוקד התמונה, משום שהרקע לבן הדמות הופכת למוקד העניין היחיד בפריים. התמונה מבוזבזת וכל פריט בה נבחר בקפידה, החל מהתכשיטים בצבעי ירוק וסיכת השיער, ועד לבשר. כל הפרטים הללו מייצרים את הסיטואציה המצלמת ומעבירים תחושות ורגשות לצופה. לדוגמה הציפורניים האדומות של המצלמת משמשים כטפרים של חיה טורפת, ומעניקים למצלמת אופי ברברי וחייתי. נעשתה עריכה קלה לתמונה בשביל להדגיש את הצבעים בתמונה. התמונה מצולמת בגובה העיניים ומקרבת בין הצופה לבין הדמות המצלמת ולסיטואציה- באמצעות קשר עיניים ישיר. התאורה בתמונה היא תאורה מלאכותית- פלאש המשטיח את התמונה. אין בתמונה עומק בעקבות תאורה זאת ובעקבות הרק הלבן.

• תמונה מספר 3

הצבעים בפריים הם צבעים חומים וטבעיים, צבע הסוודר מתכתב עם צבע הבשר ואף עם צבע

הגוף של המצלמת. בניגוד לצבעים החומים-אדומים שהם עיקר הפריים, מופיעים גם צבעים בוהקים יותר של התכשיטים של המצלמת, התכשיטים נוצצים ומבריקים, ומנוגדים לבשר ולסוודר הטבעיים. ניגוד זה יוצר את הפער אצל הצופה שרואה סיטואציה ברברית אל מול יוקרת התכשיטים שעונדת המצלמת. לא נעשו לתמונה עריכה ועיבוד תמונה משמעותיים, מלבד הדגשת הצבעים. הפריים שטוח, אין בו עומק משום שצולם בסטודיו על רקע לבן ותחת תאורת פלאש- תאורה מלאכותית. הפלאש משטיח את התמונה אך גם מדגיש את כל הצבעים בתמונה. בנוסף, נוצר צל מאחורי הדמות שמעניק לתמונה דרמטיות המתכתבת עם סכין הקצבים, עם המבט החודר של המצלמת והבשר שבפיה. השימוש ברקע לבן ממקד את הצופה בדמות המצלמת שהיא מוקד העניין



בפריים. נוסף לכך, התמונה צולמה בגובה העיניים, ומתקיים קשר עין ישיר עם הדמות

המצולמת- כך מועברות הרגשות והתחושות בפריים בצורה מובהקת לצופה.

תמונה מספר 1

תמונה מספר 2

תמונה מספר 3



סיכום ומסקנות

עבודת החקר שלי עסקה בשאלה: מה אוכל מייצג בצילומים? לאורך תהליך כתיבת העבודה בחנתי כיצד אוכל מוצג בצילומים, מה הוא מייצג, איזה מסר הוא מעביר, וכיצד אלמנטים שונים מעולם הצילום יכולים להעניק לאוכל משמעויות שונות. נעזרתי בסקירת מאמרים שונים הדנים בנושא, באמצעותם נחשפתי לסוגי הצילום השונים, ולמטרות השונות שחבויות בצילום האוכל. לדוגמה, אוכל יכול לשמש מודל אומנותי בלבד שמטרתו לשרת את רגשותיו של האומן בלבד. לעומת זאת, צילום אוכל מסחרי ישתמש באוכל כמקדם מכירות וכאמצעי לפיתוי הלקוחות, והצילום ישמש מטרה זו. תופעה נוספת שהתייחסתי אליה בסקירת הספרות היא תופעת ה

"food porn", התופעה הזו הייתה מוכרת לי היטב כיוון שהיא מקיפה אותנו מכל עבר בעידן הרשתות החברתיות.

קריאת מאמרים בנושא העלו אצלי שאלות רבות בנושא. מדוע צילום המנה שלנו במסעדה הפך לטקס? מה הוא הדבר הייחודי באוכל שגורם לנו לרצות לתעד אותו כל הזמן? נוכחתי לגלות כי למראה המנה, כמו ברק, אחידות וצורה, קיימת השפעה ישירה על תפיסת טעמו וריחו. הבנתי כי פעמים רבות אנו אוכלים עם העיניים בלבד, צילום המזון הפך לצעד כה משמעותי בשנים האחרונות עד כדי כך שאנשים רבים מזמינים מנה במסעדה על פי רמת ה"פוטוגניות" שלה. כל אלו תרמו לי למצוא תשובה לשאלת המחקר שלי: מה אוכל מייצג בצילומים? הבנתי כי בכל צילום שהוא- בין אם הוא צולם ע"י אומן שמטרתו להעביר רגש מובהק, או בין אם זה תמונה שצולמה במסעדה במטרה להעלות לאינסטגרם, עומדת מאחורי הצילום הזה כוונה. אותה כוונה יכולה להיות שונה בין אדם לאדם, אך תמיד יהיו רגשות שונים העומדים מאחורי צילום האוכל. הצלם בחר לצלם מזון מסוים, במקום ספציפי, הוא יבחר את האביזרים שיהיו בפריים, בין אם אלו סכין ומזלג במסעדה ובין אם זה ארט מתוכנן מראש שהביא הצלם לסטודיו, לאחר מכן יחליט אם וכיצד יערוך את התמונה וכדומה. כלומר, כל ההחלטות האלו שלעיתים לא נראות לנו לעין ביומיום, מרכיבות את מהות הצילום ומבטאות את הרגשות והמסר החבויים בו. עבודת החקר תרמה ליצירה האישית שלי במספר היבטים. תחילה, קריאת המאמרים פתחה את עיניי וגרמה לי לחשוב בצורה יותר ביקורתית ולבדוק מה המסר שאני רוצה להעביר בתמונה שלי, והאם זו הדרך להעביר אותו, ואילו אלמנטים אני יכולה להוסיף בכדי לייצר את התחושה שאני רוצה להציג. בנוסף, התמונות אליהן התייחסתי בפרק ניתוח הצלמים היוו השראה בשבילי ליצירה האישית שלי. באמצעות פרק זה נחשפתי לצילומי אוכל רבים ולצלמים שונים שעזרו לי לבחור את הדרך והשפה הצילומית שלי.

רפלקציה אישית

לאורך עבודת החקר שלי חקרתי את עולם האוכל בצילומים, ואת מגוון הייצוגים של מזון הקיימים בצילומים. על כן, היצירה האישית שלי התמקדה בעולם האוכל, ובפרט בקשר שבין אוכל לרגשות. רציתי לעסוק בקשר שבין אוכל לרגשות כיוון שאני מאוד מתחברת לנושא, אני חושבת שאוכל מהווה מוקד חברתי ורגשי בחיינו כבני אדם, ולכן רציתי ליצור אינטראקציות שונות בין אוכל לבני אדם בצילומים שלי המבטאות רגשות שונים. סקירת הספרות עזרה לי רבות להבין ולפתח את נושא הפרויקט שלי. קראתי מאמרים בנושאים שונים המתייחסים

לצילום אוכל וכן לקשר בין אוכל לרגשות. מתוך קריאת המאמרים גיבשתי את אופי העבודה שלי ואת המטרה שלי. לאחר שהכרתי לעומק את נושא הצילום המסחרי הבנתי שאני צריכה להימנע מלצלם באופן דומה לזה, לכן הקפדתי להימנע משימוש במאפיינים של הצילום המסחרי וכמובן שמתי דגש רב על הרגש שאני רוצה להעביר בשונה מצילום מסחרי- בו אין רגש ספציפי. לדוגמה, בצילומים שלי לא התמקדתי בלעורר תיאבון אצל הצופה, או לייצר תשוקה ותאוה מסוימת כלפי המזון, אלא השתמשתי במזון ככלי להבעת הרגש והעברת המסר בתמונה לצופה. באופן דומה, השתמשתי בסקירת הספרות בכדי למקד את דרך הפעולה שלי באמצעות לקיחת סממנים מצילום אוכל אומנותי. הבנתי כי אוכל מכיל משמעויות נסתרות וסמליות. כלומר, שימוש באוכל כסמל לרגש מסוים או ככלי לביטוי רגש. בנוסף, פרק ניתוח הצלמים נתן לי השראה ורעיונות רבים להמשך העבודה על הפרויקט. תוך צפייה בעבודות רבות של צלמים שונים הבנתי מה יותר רלוונטי עבורי, מה מרגש אותי, מה מסקרן אותי, וכך הבנתי מה אני רוצה שיהיו בצילומים שלי במטרה שישפיעו על הצופה כפי שהשפיעו עליי. בעקבות עבודת החקר הבנתי לעומק את הקשר הישיר בין אוכל לבני אדם. בראש ובראשונה, בני אדם לא יכולים להתקיים ללא מזון, אך אוכל מהווה עבורנו משהו מעבר. אוכל הוא סממן חברתי, תרבותי וכלכלי. אוכל יכול לספר הרבה על אדם. בעקבות זאת החלטתי לצלם את האינטראקציה שבין אוכל לאנשים, לכן בכל הצילומים שלי יש אדם עם אוכל מסוים באמצעותו הוא חווה רגש, אותו יעביר לצופה.

רשימה ביבליוגרפית

- **אתר אינטרנטי - "The Atlantic 'What 'Food Porn' Does to the (2015):"** [Cari Romm](#)
Brain'.

[/https://www.theatlantic.com/health/archive/2015/04/what-food-porn-does-to-the-brain/390849](https://www.theatlantic.com/health/archive/2015/04/what-food-porn-does-to-the-brain/390849)

- **אתר אינטרנטי, ערוץ מדיה - "The Relationship"** uplift" Azriel ReShel (2017): "Between Food and Emotions".
[/https://upliftconnect.com/relationship-between-food-and-emotions](https://upliftconnect.com/relationship-between-food-and-emotions)
- **אתר אינטרנטי, work life,** BBC Elizabeth Hotson (2018) : "The serious business of ,
."#FoodPorn
<https://www.bbc.com/worklife/article/20181005-the-serious-business-of-foodporn>
- **כתב העת - "Food Photography Anxiety,"** Pnorama" Margareta M. Lovell (2017): "and Desire".
<file:///C:/Users/Roash%20Nimrod/Documents/Lovell-Food-Photography.pdf>
- **אתר אינטרנטי, "The Psychological Case for ,** Claudia McNeilly "The Cut"(2016) "Instagramming Your Food".
<https://www.thecut.com/2016/03/the-psychological-case-for-instagramming-your-food.html>
- **מאמר, "food photography and still life paintings: a single subject in a multiple ,** worlds" Bo Sosef (2019)
<https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/77783/PDF%20Thesis%20Repository.pdf?sequence=3>
- **האתר של שרה באבא** <http://www.sarahbahbah.com/rust>
- **האתר של מרטין פאר** [/https://www.martinparr.com/recent-5](https://www.martinparr.com/recent-5)