
第二次世界大戦後のベルギー文化政策におけるルネ・マグリット《空の鳥》の役割 —マグリットの広告観と公共事業を参照点として

利根川由奈(京都大学)

第二次世界大戦後、ルネ・マグリット(René Magritte, 1898-1967)は、彼の母国であるベルギー国内の王立施設の壁画を手掛けるなど、多くの公共事業を担っていた。現ベルギー王立美術館館長兼美術史家のミシェル・ドラゲは、上記のような活動を経て「マグリットはベルギーの象徴となった」と述べたが、彼の公共事業の中でも特筆すべきは、マグリットが王立サベナ・ベルギー航空の広告として《空の鳥》(1966年)というタブローを手掛けたことである。なぜなら《空の鳥》は、その場に行かなければ見ることのできない王立施設の壁画とは反対に、世界中のサベナ航空の機体に付与され、新聞や雑誌などでサベナ航空の広告として掲載されたことから、当時世界的に活躍していたマグリットを介してベルギーという国の認知度の向上に貢献したと考えられるためである。

しかし従来のマグリット研究において、《空の鳥》は広告ではなく絵画として分析されてきた。たとえば美術史家のジョルジュ・ロックは、その根拠として《空の鳥》と過去のタブローとの親縁性を挙げた。彼は、《空の鳥》の前年に制作されたタブロー《大家族》(1965年)と《空の鳥》はモチーフ・背景・構図が酷似していることから、《大家族》を下敷きにして《空の鳥》が制作されたとの見解を示した。しかし発表者は、《空の鳥》を《大家族》のバリエーションの一つと解釈することは難しいと考える。というのも、《空の鳥》と《大家族》の造形を比較すると、ロックの指摘のように鳥の内部が空である点は共通しているものの、《空の鳥》における鳥のモチーフは過度に簡略化されているように思われるためである。事実、《空の鳥》における鳥のモチーフはサベナ航空のロゴとして毛布やグラスなどの備品に付与され、1966年から1998年までの32年間という長期間にわたって使用されている。このことから、《空の鳥》で描かれた鳥のモチーフが大量生産品に付与するのに適したイメージであったことが明らかになるだろう。加えて、《空の鳥》はマグリットがサベナ航空社長から広告として用いることを伝えられた上で制作を依頼された点で、アメリカでのギャラリー販売用に制作された彼の同時期のタブローとは制作背景が大きく異なると考えられる。このように、造形面における特徴と制作の背景を考慮すれば、《空の鳥》のイメージがポスターのように掲示されることだけでなく、モチーフが頒布することを見越して依頼主は制作を依頼し、またマグリットもその点を理解した上でこの絵画を制作した可能性が浮かび上がる。

したがって本発表では、マグリットの広告観、《空の鳥》の造形面での分析と同時期に制作された絵画との比較、マグリットが手掛けた公共事業との関連を参照項として、第二次世界大戦後のベルギーの文化政策においてマグリット《空の鳥》が果たした役割の内実を明らかにすることを目的とする。