

マグリットと顔

尾上 久美子

「顔」、それはどの生物でも必ず持っているものであり、しかも我々はその顔の特徴によって生物を識別しているといっても過言ではない。ベルギーのシュルレアリスト、ルネ・マグリットは肉体、特に顔に関する絵を数多く描いた画家である。しかし、作品の大部分は人物画にしては異質な、例えば顔を布で隠したり、後ろ姿であったりと奇妙な姿で描かれている。彼は何故このような絵を描いていったのであろうか。そして我々に何を伝えたかったのか。今回は、彼が実は一時期広告画家であったことに注目して、広告と絵画の2つの視点を通して、「顔」について見ていくことにした。

広告とは新聞の本文の中に挿入される小記事であり、「体内に入った異物」ともいえる。しかし「挿入される」ということは、つまり（ある物を）別の物の中に入れて一体化することでもある。例えばマグリットの描いた「シルバー・マッチ」の広告を見てみると、商品であるライターはユーザーの身体と一体化していることがわかる。この広告の作動方式を考え出したのがマグリットである。彼はここで私たちが関心を持つ広告イメージの理解と、分析を努めることを私たちに訴えている。そしてイメージの全体においてそれらの見慣れた可視界のフィギュールを「見ること」を私たちに教えているのである。彼は方法の問題といったフィギュールの力を探るこの新しい形式ポスターと広告を理解するための助けを私たちに与えたのである。このことは、ある面で彼の広告における「顔」の意味はあまりないことを示している。マグリットの絵画に対する考えを思いかえすと、彼は「あらゆるもの、あらゆる人と同じように」世界の秘密のただ中に生き、新しいオリジナルなスタイルとか手法とかを確立する代わりに、物事の根本を探ること、思想や哲学的見識を得るための手段として、認識の手段として絵画を利用することを第一義としていた。そして絵画を神秘すなわち解明不可能なものと分かちがたく結びつける道具として利用していたのである。つまり彼にとって重要視していたこと、それは絵の中の思想だった。

今回の考察からマグリットにとって広告、絵画において「顔」とは自分の絵の中の思想を反映するための道具であったということがわかった。そして彼はまさにそれを素直に絵の中に表したのである。