

**International Symposium**  
**Multi-Locale Pops in the 1960s**  
29 March, 2014

**The Two Careers of James Rosenquist: Ad Man and Pop Artist**

Thomas Crow (New York University)

ABSTRACT

To cite James Rosenquist's background in rendering likenesses on billboards is no more than an art-historical commonplace. But it is rarely noted how preeminent he had become in that craft. Just before he left the sign-painter's profession, he was widely recognized as its most versatile and technically proficient practitioner in New York. When he committed himself to the path of fine art around 1960, he did not simply borrow the surface effects of billboard illustration; instead he drew upon the deeper pragmatism of working-class life in order to re-animate the large-scale formal devices of Abstract Expressionism, techniques that had grown overly precious and self-regarding. From studied neutrality at the start, Rosenquist then could turn to social observation in a way that belies the reputation of Pop Art for political indifference.

## ジェームス・ローゼンクイストの二つのキャリアー広告マンとポップ・アーティスト

トマス・クロウ（ニューヨーク大学美術研究所教授）

ポップアートの代表的アーティストたちが、広告、グラフィックデザインなど、いわゆるファインアート（絵画、彫刻）の外でキャリアを開始したことはよく知られているが、なかでもジェームス・ローゼンクイスト（1933年生）の例は特筆に値する。

大恐慌時代に飛行機乗り・整備士の家庭に生まれた彼は、両親に付きしたがって各地を転々とし、早い時期から自動車やバイクなどの乗り物に強い関心を示すとともに、自らの技能だけを頼みとして生きる独立の精神をつちかった。ミネソタ、ついでニューヨークで絵画を学び、建物外壁やビルボード（都市や幹線道路沿いの看板）に大型広告を描き始める。このさい、第二次世界大戦前から戦中にかけて南北アメリカで高まりを見せた壁画運動への敬意も一因であった。まもなく正規の美術教育に根ざした高い描画能力と、どんな内容でもこなす柔軟さで頭角を現すことになる。

この経験を通じてローゼンクイストはさまざまなスキルを身につけた。それは例えば、耐久性に富んだ堅牢なモノとして支持体を組み立てる、発注者から一方的かつデタラメに与えられる雑多なモチーフを、オリジナルとはまったく異なるスケールに移し替え、統一性を備えたコンポジションにまとめあげる、安価な画材をやりくりしてリアルな描写や強いインパクト、視覚的訴求力を達成する、といったスキルである。ローゼンクイストにとって広告板は「偉大さと正確さ」をもった「キッチュかもしれないが強靱」な表現媒体なのであった。

1950年代末、ローゼンクイストはニューヨーク在住の若手アーティストたちと交流をもつようになる。ただし彼の位置は同時代のなかでつねにやや特異であった。このころの美術の新傾向として、相互に無関係な断片をつなぎ合わせるアッサンブラージュがあるが、こうした手法は看板画家ローゼンクイストにとってあらかじめ習得済みのものであった。また同じ時期、作品から創造主体の個性を排除することが課題として浮上していたが、これもローゼンクイストにとっては自明の事柄であった。ビルボードの様式は本質的に匿名的だからである。ゆえに、やはり商業アート出身のウォーホルが、イラストレーターとしてすでに個性的なスタイルを確立していたため、それを否定することから始めなければならなかったのは対照的に、ローゼンクイストの場合、広告の経験をそのままファインアートに持ち込むことができたのである。

したがってローゼンクイストの初期絵画は看板の形式と内容の直輸入といった観を呈していた。描く対象はあくまで商品など具体的な事物だが、これを断片化してニュートラルな（「無感覚な」）構成要素に変え、それらを自由に組み合わせることで、敬愛する抽象表現主義にも似た絵画構成を——単なる模倣に陥ることなく——実現するいっぽう、純粋な抽象絵画とは距離を置いている。

**International Symposium**  
**Multi-Locale Pops in the 1960s**

29 March, 2014

このような自作の性質をローゼンクイストは 18 世紀の美学用語を借りて「アラベスク」と呼んだ。とはいえ先述した壁画運動への敬意からも伺われるとおり、彼は決して美術と社会とのつながりを忘れることはなく、《アメリカ黒人のための絵画》（1962-63 年）では同時代の市民権運動を取り上げている。このように明白な政治的コミットメントや黒人文化への関心は当時の美術界では事実上タブー視されており、現代を積極的に描くポップアートにおいてすらきわめて例外的だった。ウォーホルの「アメリカにおける死」シリーズもそうした例外の一つだが、ウォーホルのイメージが連作全体を通覧して初めてその意味を理解できるのに対し、複数のモチーフを大画面上で混合するローゼンクイストは単一の絵画のなかで類似の効果を打ち建てることに成功している。この技法的特性からしても、また現実の政治という当時の美的規範から外れたテーマを扱い得ている点でも、看板描きという経歴はローゼンクイスト芸術の本質をなすものだったのである。