

Exchanging Image for the New Era

백명진

서울대학교 미술대학 디자인 학부 부교수

I. 이미지 교환 기술의 미래적 전망

현시점에서 이미지를 실시간으로 교환할 수 있는 가장 좋은 방법은 공중파 TV방송과 인터넷이다. 물론 공중파 TV방송은 일방통행식이고 인터넷은 쌍방향커뮤니케이션 방식이다. 공중파 방송망과 달리 인터넷 상에서 유통이 동반된 동영상을 초당 30프레임으로 실제 모니터 크기의 화면으로 주고 받는 것은 아직은 조금 이른 것 같지만 아주 가까운 장래에 그것이 실현될 것을 의심하는 사람은 없다. 현재 통신망의 전송 스피드 측면과 정보의 저장공간으로서 CPU 처리능력의 한계를 극복하고 커뮤니케이션 위성에 의한 디지털 커뮤니케이션 체제가 일부 실현되었거나 곧 실용화 될 것이 확실하기 때문에 21세기는 새로운 차원의 이미지의 교류가 실현될 전망이다.

이같은 인터넷을 통한 새 시대의 커뮤니케이션은 송신자가 수신자를 지배하는 권력형, 군림형 커뮤니케이션의 관계가 종식되고 쌍방향적인 정보전달에 의한 다양한 소통체계가 만들어지고 확산될 것이다.

매년 연말 특집으로 '올해의 인물'을 선정하는 TIME지가 1982년에는 'Man of the Year'라는 제목대신에 'Machine of the Year'로 바뀌면서 컴퓨터를 그 해의 인물-기계로 선정하고 컴퓨터의 발달과 보급으로 인해 초래된 미래의 여러 현상을 진단, 예언했다. 그러한 예측은 거의 실현되었고 보편화되었지만 인터넷에 대한 예측만은 그 영향력과 과급효과등의 측면에서 그리 정확하지 못했다고 할 수 있다. 이처럼 현대 미디어 환경의 변화는 10년 이상의 장기적 전망이 불가능할 정도로 빠르게 전개되고 있다. 그러나 가까운 장래에 디지털 방송시대의 개막을 앞두고 통신과 방송이 어떻게 융합할 것인가 하는 문제가 관심사가 되고 있다. 또한 TV모니터와 컴퓨터 모니터를 구분 사용하는 시점이 언제 종료될 것인가? Notebook PC는 얼마나 더 가벼워질 것이며 무선 커뮤니케이션은 언제쯤 보편화 될 것인가? 이런 것들은 우리의 예상 속도보다 더 빨리 현실화 될 것이 확실하다.

그리고 이러한 미디어의 환경변화에 의해 일반 공중파를 지칭하는 Macro TV, Cable TV와 같은 Meso TV의 영향력이 약화되고, 개인 시청자의 견해와 안목이 인정되는 Micro TV시대가 열릴 전망이다. Meso TV는 Macro TV에 간접받았지만 Micro TV는 Macro TV에 독립적일 수 있으며 이로인해 역사 아래로 유지되어 왔던 커뮤니케이션의 불평등 구조가 해소됨으로써 사회정의, 민주화의 실현과 같은 공익적 측면으로 기여할 것이라는 밝은 전망을 낳게 하기도 하지만, 동시에 집중되지 않은 저급한 정보가 무방비 상태로 유통될 수도 있는 비관적 예측을 하기도 한다.

II. 이미지의 전달과 교환

1839년 사진이 소개된 이래 사진 이미지는 이를바 영상 전화론적 측면에서 혁명적 진화를 거듭해왔다. 그 혁명은 한마니로 정지된 이미지가 움직이는 이미지로 바뀐 것이다. 그렇지만 사진의

핵심적 속성인 ‘이미지의 교환성’은 여전한 것이다. 사진이미지를 창조하여 발표한다는 것은 시각매체지를 발생시킨다는 점에서 ‘내가 본대로 너에게 나의 이미지를 전달한다’는 의미를 내포한다.

물론 사진이나 영화 혹은 TV가 쌍방향적 소통을 기본으로 하는 것은 아니지만 인간이 인위적으로 생산하는 가공적 이미지는 어차피 본인의 체험 영역 밖에서 소재를 도입하고 있기 때문에 그것을 주관화하는 과정 자체는 교환 방식이라 할 수 있을 것이다.

인간이 외부로부터 받아들이는 모든 감각정보를 처리하는 시스템은 생리적인 것으로 눈앞에 벌어지는 광경을 우리는 사진기와 영화와 같은 식으로 보지 않고 또 그렇게 기록할 수도 없다.

사람들이 기억하는 영상은 실제 그 당시에 망막상에 맺혔던 상과는 다른 것들이고 그것은 저장되었던 단편들의 축적본이라고 할 수 있을 것이다. 예를 들어 알타미라 동굴의 벽화는 원시인들이 기억할 수 있었던 매우 제한된 이미지를 화상으로 표현한 것이다.

그런데 화학적·광학적·기계적·물리적 기술발전에 의존하며 혁신을 거듭했던 사진술에, 1960년대부터 본격화된 전자적 기술이 개입되면서 사람들의 지각과 인식체계를 바꾸었다. 수잔 손탁이 쓴 ‘ON PHOTOGRAPHY’에서 소개된 ‘플라톤의 동굴’은 인간이 사물의 실체를 보지 못하고 환영, 즉 가공된 이미지에 중독되어 허망한 세월을 보내고 있는 모습을 비유하고 있다. 그러나 사진이 제공하는 ‘The Third Eye’는 어두운 동굴 속에서 전전긍긍하고 있었던 사람들에게 밝고 넓은 세계에서 살아가는 새로운 방식을 인식시켰다. 하지만 이미지의 교환이 본격화됨으로 자기가 직접 보고 인식한 것보다 사람들은 타인의 시각에 의해서 제공받게 된 영상정보에 더 많이 의존하게 되었다. 어쩌면 우리가 기억하고 있는 이미지들은 내가 본 것보다 타인이 본 것을 가공한 영상 이미지일지도 모른다.

III. 이미지의 관념성과 창의성

이렇게 교환된 이미지들은 우리들의 기억, 고정관념, 잠재의식, 선입관 속에 축적되어 있으며 이성적, 감성적, 판단을 하는 인간의 모든 행위에 직·간접적으로 개입하게 된다. 우리가 보유하고 있는 이미지는 우선 직접적 영상이미지 즉, 우리가 직접 보았거나 체험을 통해 습득된 것들이며, 또 다른 하나는 여타 매체를 통해 습득된 간접적 영상이미지가 있는데, 이 지구상에 존재하는 실물을 중에서 카메라의 렌즈로부터 침범당한 적 없는 사물은 거의 존재하지 않으며, 심지어 사진기는 가시권 밖의 영역마저도 추적하고 있다.

DNA고리, 토성의 땅, 자유의 여신상, 히틀러, 천안문, 캥거루, 캐네디, 나이키, 스모, KODAK 필름, 마릴린 먼로, 채플린, 피라밋, IBM, NBA, 스시, 타지마할, 모택동, 사담 후세인, 베네トン, 에펠탑, SONY…… 이러한 이미지들은 범세계적으로 캡션없이 통용될 수 있는 것들로 이들 중 우리가 직접 보았거나 체험한 것들은 얼마 되지 않는다. 사람들은 무의식 중에 ‘전형적’ 이미지로부터 간접받고 있으며 그러한 각인된 이미지가 주는 고정관념으로부터 자유롭기가 쉽지 않다. 따라서 우리가 창조하고자 하는 시각이미지를 중에서 완전히 새로운 것, 전혀 처음인 것을 제작하기는 쉽지 않을 것이다.

어떤 이미지가 새롭고 창조적인 것인가에 대한 판단은 이미지 자체의 모습과 아이덴티티가 문제인 것이 아니고, 그 이미지를 생성하는 크리에이터의 시각적 해석 능력에 의해 좌우될 것이다. 아름답게 채색된 멋진 석양을 배경으로 하는 풍경사진이나 멋진 모델들이 등장하는 패션사진에도 대중들은 쉽게 매료되지 않는다. 영상 시대를 살아가는 현대인들은 대부분 영상과 다중에 노출

되어 있기에 고단위 처방이 아니면 잘 반응하지 않는다.

그런 관점에서 볼때 베네통사의 광고 영상들은 시작적으로 상당한 충격을 전세계에 던지고 있다. '신부와 수녀의 키스장면', '막 출산한 뱃덩어리의 아기', '유고 내전에서 전사한 군인의 풋풀로 젖은 군용내의' 등 도덕적 관습적으로 쉽게 받아들이기 어려운 대상들을 베네통은 과감히 사용했다. 이것은 이미지의 창조인가 아니면 이미지의 모독을 통한 최대한의 광고효과를 거두겠다는 상업주의의 극치인가, 이것은 이미 세상속에서 많은 논란을 일으켰기에 베네통사는 의도했건 의도하지 않았던 간에 복표차 이상의 효과를 거두었다. 우리는 베네통 사례에서 보듯이 호소력이 풍부한 강렬한 이미지가 미학적 욕구를 만족시키기 위한 시각적 배려에 의해서만 만들어지는 것 이 아님을 확인할 수 있었다.

IV. 미디어 특성과 소통능력의 차이

동영상의 경우에도 그 호소력은 미학적 배려 이외에도 음향적 요소와 메세지 등이 합쳐져서 종합적으로 배출되는 것이다. 경우에 따라서는 사람들은 한편의 영화가 끝난 후 이미지 보다는 음악, 음향효과, 대사의 어느 부분만을 기억하는 경우도 많다. 그래서 1920년대 말, 토키 영화가 처음 도입되었을 때에 영화가 순수 시각언어로서의 기능을 다 마치고 연극이나 문학적 세계로 다시 복귀하는 것으로 우려했으며, 이른바 '침묵의 미학'이 토키에 의해 잠식당하고 시각언어로서의 몽타쥬의 기능이 저하되어 영화의 본질적 호소력이 훼손당한다고 보았다.

이런 우려는 비단 극영화에서 뿐만 아니라 거의 모든 영상 분야에서 결코 간과할 수 없는 한 부분이 되고 있다. 그래서 시각언어, 즉 이미지를 생성하는 작업에 있어서 음향이나, 문자, 기호등의 Text를 이해하고 해석하여 또 하나의 중요한 조형 요소로 처리함으로써 우리는 우리를 가두었던 이미지의 무인도로부터 벗어날 수 있는 것이다.

초기의 동영상시대에 있었던 여러가지 우려는 비단 음향 뿐만이 아니었다. 1930년대에 도입된 Color System은 모노톤의 배려깊은 선택과 조화를 자연에 대한 서투른 모방으로 간주했다. 이런 당시의 견해는 무지에서 비롯된 잘못된 견해로 단정짓기 쉽지만 이 역시 결코 과소평가 할 수 없는 예단이다. 왜냐하면 지금도 창의성을 표방하는 많은 영화들이 상당수 흑백 혹은 모노톤을 고집하고 있으며, 심지어 TV광고마저도 오히려 광고의 홍수 속에서 차별화되어 자신을 드러내고 시각적 충격을 가하기 위해 모노톤으로 전환하는 경향을 보이고 있다.

특히 정지사진의 경우 흑백사진은 칼라사진과는 완전히 독립적 이미지로 여전히 상존하고 있다. 물론 대중소비시대의 물신론적 관점에서 보면 일반 대중들로부터 외면당한 흑백이미지는 칼라이미지에 의해 축출당한 것으로 볼 수도 있다. 하지만 그럴수록 흑백이미지는 그 희귀성과 함께 더욱 큰 빛을 발하기도 한다.

V. 미디어 제국주의로부터의 독립

싫든 좋든 혀리웃에서 만들어진 영화가 그들이 선호하거나, 그들의 시각으로 본 이미지를 전 세계에 배포시켜왔음을 부인할 수 없다. 특히 세 3세계권에서는 주로 미국 영화를 배급받아 왔고, 영화의 발상지인 프랑스에서도 미국영화의 침범으로부터 자국의 이미지를 지키기 위해 최선을 다하고 있다. 영화 이외에도 ABC, CBS, NBC와 같은 Major 공중파 TV와 CNN, ESPN, MTV등과 같은 케이블을 통해서도 새로운 영상 세대들을 무의식적으로 접촉시켜서 하나의 전이된 유기적 조직체로 뉴으면서 친 서구적 집단의식을 형성하고 있다. 이처럼 이른바 '앵그로 미디어'

Angro media로 지칭되는 영권의 대중오락, 대중매체 등을 통한 일방적인 이미지의 살포는 영화, 애니메이션, 오락 등의 분야 이외에도 정치·사회·문화·경제 전 분야에서 그들의 이데올로기 를 주입시키는 방법으로 활용되어 왔다. 과연 그들은 필요로하는 영상이미지를 타 문화권으로부터 어느정도 수입하고 있는가?

우리는 자신도 모르는 사이에 미국을 위시한 서구가 보는 방법으로 사물을 보고 해석하고 있는지도 모른다. 사실 20세기의 이미지는 서구에 의해 생성되고 배급되어 맛음을 부인하기 어려우며, 특히 이미지를 수송하고 확산시키는 미디어의 배급망을 서구가 장악함으로써 서구를 제외한 여타 국가들이 생성한 문화적 이미지와 자산은 상대적으로 소홀히 간주되게 만드는 불공정 게임 을 펼쳐왔다.

이러한 부정적인 현실이 인터넷이라는 새로운 환경과 쌍방향 커뮤니케이션 시스템으로 전환 된 새 시대의 커뮤니케이션 패러다임 속에서 다소 개선될 것인가에 대한 전망은 결코 낙관적이지 않을 것 같다. 왜냐하면 인터넷이라는 매체 역시 현재는 미국을 축으로 하는 일부 서구 국가들에 의해서 여전히 주도되고 있기 때문이다. 한가지 다소 낙관적인 전망을 가능케 하는 점은 인터넷이라는 뉴 미디어는 절대적 군주처럼 군림해온 제국주의적 미디어의 형태에 민주적 저항을 할 수 있는 장을 마련해 줄 것으로 기대된다. 따라서 '약육강식'의 단순 지배구조에서 벗어나기 위해서는 이미지의 품질로 승부하여 양적·물리적 스케일의 열세로부터 벗어날 수 있어야 한다.

한편 이미지를 생성하고, 교환, 배급, 수집, 보관하기 위해 필요한 일련의 테크놀로지는 큰 편 차를 허용치 않는 무한 경쟁 선상에서 평준화된 수준일 것이다. 따라서 향후의 이미지는 그 이미지가 내포하고 있는 contents와 message가 무엇인가하는 점이 그 이미지의 진정한 가치를 결정 하는 주요 관건이 될 것이다.

새 시대를 목전에 두고 우리 각자가 지향하고자 하거나 그리고자 하는 이미지의 세계는 어떤 모습인가?

<큰것-작은것, 3D-2D, Motion-Still, Digital-Analogue, 진실-위선>

그것이 어떤 모습이든 간에 그것은 교환되어야 한다. 그것은 남의 과실을 노력없이 나누어 먹자는 의미가 아니라, 서로의 시각을 확장시키기 위한 것이며, 서로의 새로운 체험을 공유하기 위한 것이어야 한다. 제3자의 체험을 참고하고자 하는 것은 새로운 이미지를 창출하기 위한 가장 중요한 첫걸음이라고 믿기 때문이다.

Exchanging Image for the New Era

Baek, Myung Jin
ソウル大学校美術大学教授

I. イメージ交換技術の 未来的展望

現在のところ、リアルタイムでイメージを伝達する一番効率のよい方法は地上波TV放送とインターネットである。勿論、TV放送は一方通行式であり、インターネットでの情報交換は双方向方式で行われる特徴がある。地上波放送網と違ってインターネットではサウンドを含む毎秒30フレームの動画像をTVモニターのサイズで送受信するのは、これからもやや時間がかかりそうだが、それが近い将来実現することは確かである。現在の通信スピードと情報を溜めておく空間としてのCPUの処理能力の限界を克服し、コミュニケーション衛星によるデジタル・コミュニケーション体制が一部は実現され、あるいは間もなく実用化されることが確実であるため、21世紀には新しい次元のイメージ交流が実現されると予想される。そして、このようなインターネットによる新時代のコミュニケーションのもとで、送信者が受信者を支配してきた今までの権力・君臨型のコミュニケーション時代が終結へ向かい、双方向的な情報伝達によって、新しく多様なコミュニケーションの関係が作られ、またその関係が拡大されることが予想される。毎年、年末特集として「今年の人物」を選定しているTIME紙が、1982年には「Man of the Year」というタイトルの変わりに「Machine of the Year」と題してコンピュータをその年の人物＝機械と選定し、コンピュータの発達と普及によって招かれる未来の様々な現象を予測したことがある。その予測は現在においてはほぼ現実のものとなつたが、インターネットに対する予測だけはその影響力や波及効果の側面においてははずれていた。このように、現代のメディア環境の変化の速度は凄まじく、10年先を見ることは不可能である。近い将来のデジタル放送時代の開幕を目前にして、通信と放送がどのように融合されるかという点に感心が集まっている。又、テレビとコンピュータのモニターが別々に使用される現状はいつまで続くだろうか？ノートブックPCはどこまで軽くなり、いつごろ無線コミュニケーションが普遍化されるだろうか？これらはわれらが予測するより早く現実化されることに間違いないだろう。

そして、このようなメディア環境の変化によって、Macro TVとも呼ばれる地上波放送、有線放送のようなMeso TVの時代から、個人視聴者の見解と眼識が重んじられるMicro TVの時代が開かれることが予想される。Meso TVはMacro TVから干渉されたが、Micro TVはMacro TVから独立的であることが可能なため、有史以来、維持されてきたコミュニケーションの不平等な構造が解消され、社会的な正義あるいは民主化を実現するために寄与するとの、肯定的な明るい見解がある

と同時に、検証されない低級の情報が無制限に流通する恐れがあるとの、非観的な展望もなされている。

II. イメージの伝達と交換

1839年に写真術が発見されて以来、写真イメージはいわゆる進化論的な観点から見て革命的な進化をくり返してきたと言える。しかし、写真の核心的な属性である「イメージの交換性」は変わらなかつたと言える。写真イメージを制作し、発表する行為そのものが視覚的メッセージを発信するものであるため、それは「己が見た通りの、己のイメージを伝達する」ことを意味する。

写真や映画、あるいはTVが双方向的なコミュニケーションを基本にしていないことは当然のことであるが、人間が人為的に生産する加工イメージは、本人の体験領域の外から素材を導入しているため、それを主観化する過程そのものは一種の交換方式であると言えるだろう。

人間の、外部からの感覚情報を受け入れ、処理するシステムは生理的なものであるので、我々は目の前に見える光景をカメラと同じような方式では見ていないし、そのように記録することもできない。人間が記憶する映像は、実際その瞬間の網膜像とは異なるものであり、それは貯蔵された断片が蓄積された結果であると言える。例えばアルタミラ洞窟の壁画は、原始人達が記憶することのできた、ごく限られたイメージを画像として表現したものであろう。

ところが、化学的・光学的かつ機械的・物理的な技術の発展と共に革新をくり返してきた写真術に、1960年代頃から本格的に電子技術が介入され、人々の知覚と認識体系を変化させた。S. ソンタク著の「ON PHOTOGRAPHY」で紹介された「プラトンの洞窟」は、人間が対象の実体を見ることのできないまま、幻影、即ち加工されたイメージに中毒されて空しい日々を送っている様子を描き出している。しかし写真が提供する「第三の目(The Third Eye)」は、暗い洞窟の中で恐れ慎んでいた人々に、新しい世界での生き方を認識させた。しかし、イメージの交換が本格化されて以来、我々は自ら見て認識するより他人の視覚によって提供された映像情報に頼るようになった。ひょっとすると我々が記憶しているイメージの中では、自分が見たものより他人が見たものを加工した映像の方が多いかもしれない。

III. 観念性と創意性

交換されたイメージは、我々の記憶、固定観念、潜在意識、そして先入観の中に蓄積されていながら、理性的・感性的な判断を行う人間のすべての行為に、直接あるいは間接的に介入する。われらが保持しているイメージの中には、まず直接的イメージ、即ち自分が直接見たり体験して習得したものがあり、次に様々な媒体を通して得た間接的イメージがあるが、地球上に存在する実物の中で、カメラのレンズから侵されていないものは殆ど存在しないし、カメラは既に可視圏外まで及んでいる。

自由の女神像、DNAの螺旋、土星の帯、A・ヒトラー、天安門、カンガルー、

ケネディ、ナイキ、相撲、KODAKフィルム、マリリンモンロー、チャップリン、ピラミッド、IBM、NBA、寿司、タジ・マハル、毛沢東、サダム・フセイン、ヘネトン、エiffel塔、SONY… このようなイメージは既に世界中で何の説明なしに通用されるものであり、このうち、我らが直接見たり体験したものは数少ない。しかしながら現代人は、無意識のうちにこのような「典型的な」イメージから干渉されており、そのような固定観念から逃れるのは容易なことではない。したがって、我々が全く新しいもの、あるいは全く初めてである視覚的イメージを創造しようとすることも至難である。

あるイメージが新しいものであるか、あるいは創造的であるかに対する判断は、イメージそのものの姿やアイデンティティーによってではなく、それを作り出すクリエーターの解析の能力によって左右されるだろう。美しく彩られた夕陽を背景とする風景写真や素晴らしいモデルが登場するファッション写真さえ、大衆は簡単に魅了されない。映像の時代を生きている現代人はすでに映像過剰症の状態であり、よほどのことではない限り反応しないからである。このような観点から、ベネトン社の広告映像は世界中に強い視覚衝撃を与えている。ベネトンは「神父と修道女のキス」、「生まれたばかりの血だらけの赤ちゃん」、「ボスニア内戦で戦死した軍人の血まみれの下着」など、常識では受け入れ難いイメージを用いた。これは創造というべきか？ あるいはイメージを侮辱することで最大限の広告効果を狙う商業主義と言うべきであろうか？ ベネトンがそれを狙ったかどうかに関わらず、これらのイメージは既にセンセーションを起こし、期待以上の効果をあげた。この事例でもわかるように、強烈なイメージが必ずしも美学的欲求に答えるための視覚的な配慮から作り出されるのではないという事実を確認することができる。

IV. メディアの特性とコミュニケーション能力の差

動画像の場合においても、その力は美学的配慮以外に音響とメッセージ等と合わせられて総合的に發揮されるのである。一遍の映画を見た後、人々はイメージより音楽、音響、台詞等の一部だけを記憶したりすることもある。1920年代末、初めてトーキーが導入された時、映画が純粹視覚言語としての機能を失って演劇や文学の世界に戻ってしまうのではないかと憂慮されたし、ゆえに「沈黙の美学」がトーキーによって破壊され、そして視覚言語としてのモンタージュの機能が低下し、映画の本質的な価値を失うとの予測もなされた。これらは劇映画だけでなく、ほぼ全ての映像のジャンルにおいて音響や文字、記号などのテキストを理解かつ解析し、もう一つの重要な造形要素として処理することによって、我らは自分が閉じ込められていたイメージの無人島から逃れることができる。

初期の動画像時代には、音響のほかに色彩に対しても憂慮の声が出された。1930年に採用されたカラーシステムは、モノトーンの配慮深い選択と調和の世界を自然に対するトホな模倣であると位置づけた。しかし現在でもいくつかの映画では、創造性を追求するために、白黒あるいはモノトーンが依然と用いられており、

甚だしくはテレビの広告でさえ、イメージが氾濫する中で、個性を主張する目的でモノトーンに転換する傾向を見せてている。この事実を見れば、そのような予断は大きく間違っていると言えるだろう。

特に静止写真の場合、白黒写真は依然とカラー写真とは独立した領域として残っている。大衆消費時代の物神論的な観点から見れば、一般大衆から顔を背けられてしまった白黒イメージは、カラーイメージによって追い出されてしまったと見ることもできるだろう。しかしそうであるからこそ、白黒イメージはその珍しさのためにもっと輝くのである。

V. メディア帝国主義から逃れるために

ハリウッドで作られた映画が、彼らが好む、あるいは彼らの視覚で見たイメージを世界中に発信してきたという事実は否定できない。特に第3世界圏では主にアメリカ映画を輸入してきたし、フランスではアメリカ映画の攻撃から自国のイメージを守るために最善を尽くしてきた。映画の他にも、ABC、CAB、NBCのようなメジャー放送やCNN、ESPN、MTV等の有線放送でも新しい映像世帯を無意識に接触させ、一つの移転された有機的な組織体に纏めながら集団的意識を作り出している。このような、いわゆる「アングロ・メディア」と称される英語圏の大衆娯楽、大衆媒体などを通じての一方的なイメージの散布は、映画、アニメ、娯楽などの分野以外にも政治、社会、文化、経済などの全ての領域で彼らのイデオロギーの手段として活用してきた。はたして、彼らは他の地域の国から映像を輸入しているだろうか？

我々は知らないうちにアメリカをはじめとする西欧の視覚でものを見て解析しているかも知れない。事実、20世紀のイメージは西欧によって作られ、配給されてきた事実を否定し難いし、特に西欧がイメージの配給網を掌握してしまって、他の地域の国から生成された文化的イメージや資産は相対的に低評価されるような不公平なゲームが行われた。このように否定的な現実がインターネットという新しい環境と双方向コミュニケーション・システムに転換された新時代のパラダイムの下で改善されるとの希望に対する展望さえ決して楽観的ではないようである。

しかし、インターネットという新しいメディアは絶代君主のように君臨してきた帝国主義的メディアの形態に対する民主的抵抗が可能になる場を提供すると期待されている。また、このような弱肉強食の支配構造から逃れるためには、一方、イメージの生成、量的・物理的スケールの弱点から逃れることができなければならない。一方、イメージの生成、交換、配給、収集、保管などのための一連のテクノロジーには、よほどの偏差はないはずである。したがって、今後のイメージにはそれが含んでいる内容とメッセージが何かという点が鍵となるだろう。

新しい時代の渡米を目前にして、我らが指向しようとしたり、あるいは想像するイメージの世界の姿はどのようなものであろうか？「大きいものと小さいもの」、「3D-2D」、「Motion-Still」、「Digital-Analogue」、「真実一嘘」… この内どの

ようなものであれ、それは交換されるべきである。これは人の成果をただで頂きた
いという意味ではなく、お互いの視覚を拡張させるため、または新しい体験を共有
するためのことである。第3者の体験を参考にすることは新しいイメージを創出す
るための最も重要な一歩であると信じているからである。