

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.3.289

JCCT 2024-5-34

동양의 전통 족자와 현대의 디지털 세로 영상의 공간 구성 비교 연구

A Comparative Study of Spatial Composition in East Asian Hanging Scrolls and Contemporary Digital Vertical Videos

손령*, 김유진**

Sun Ling*, Kim Yoojin**

요약 디지털 모바일 기술이 발전함에 따라 세로 영상은 뉴미디어 환경에서 중요한 영상 포맷으로 자리 잡았으며, 이는 기존의 가로 지향적인 영상 미학에 새로운 시각적 언어로써 도전장을 내밀었다. 이 연구는 동양 족자의 고유한 공간 구성 기법인 '삼원법', '일하양안 삼단식', '여백기법'과 '시서화 합일'과 같은 전통적 요소를 현대의 세로 영상 창작에 접목하여, 두 매체 간의 시각적 및 구조적 유사성과 차이점을 탐구한다. 이를 통해, 세로형 배치가 어떻게 화면의 깊이와 계층을 강화하고, 감정 표현을 심화시키며, 창작자에게 새로운 표현의 가능성을 열어주는지를 분석한다. 본 연구에서는 전통적인 동양 족자와 현대 디지털 환경에서 널리 사용되는 세로 영상 사이의 공간 구성 방식을 비교 분석함으로써 새로운 시각적 언어와 미학적 가치를 탐색하고자 한다.

주요어 : 세로 영상, 동양 족자(立軸畫), 공간 구성, 매체 비교

Abstract As digital mobile technology has advanced, vertical videos have emerged as a prominent format in the contemporary media field, presenting a new visual language that challenges traditional horizontal-centric aesthetic norms. This study delves into the visual and structural parallels and distinctions between traditional East Asian Hanging scrolls and contemporary vertical videos by applying traditional spatial composition techniques such as the 'Three Distances', 'One River, Two Banks', 'Intended Blank', and 'Unity of Poetry, Calligraphy, and Painting' to the creation of modern vertical videos. Through this comparative analysis, the research examines how vertical layouts enhance depth and layering of the screen, deepen emotional expression, and offer creators new avenues for expression. By juxtaposing the spatial compositions of traditional East Asian Hanging scrolls with those prevalent in today's digital vertical videos, this study seeks to uncover new visual languages and aesthetic values within the evolving media field.

Key words : Vertical video, East Asian Hanging scroll, Spatial Composition, Comparative media

I. 서론

1. 연구 배경과 목적

영상 매체가 등장하면서 영화, 텔레비전, 컴퓨터 등

주요 매체에서 가로 영상은 지배적인 형태로 자리 잡아, 한 세기 동안 영상 제작과 관람의 표준이자 전통이 되었다. 그러나 모바일 스마트폰 보급으로 인해 이러한 견고한 전통이 도전받고 있다. 스마트폰은 기본적인 통

*정회원, 경일대학교 일반대학원 박사과정 (제1저자)
**정회원, 경일대학교 사진영상학부 교수 (교신저자)
접수일: 20XX년 X월 X일, 수정완료일: 20XX년 X월 X일
게재확정일: 20XX년 X월 X일

Received: March 3, 2024 / Revised: February 1, 2024
Accepted: February XX, 2024

*Corresponding Author: foto72@hanmail.net
School of Photography & Videography, Kyungil Univ, Korea

화 기능을 고려하여 얼굴의 귀와 입의 위치 및 손에 들기 편한 세로 형태의 디자인을 채택했다 [1]. 이러한 이유로 대부분의 모바일 애플리케이션은 세로의 스마트폰 특징에 맞춰 상호작용할 수 있는 인터페이스 디자인을 채택하고 있다. 이는 스마트폰의 물리적 형태와 일치할 뿐 아니라 실제 사용과정에서 사용자가 스마트폰을 세로로 들고 보는 습관으로 점차 고착화했다. 최근 MOVR(Mobile Overview Report)에 따르면, 스마트폰 사용자의 94%가 세로로 드는 방식을 선호한다고 한다 [2]. 그러나 세로로 사용하는 습관은 전통적인 가로 영상과 충돌을 일으킨다. 가로 영상은 사용자가 최대 화면으로 보기 위해 스마트폰의 방향을 가로로 돌려야 하며, 만약 세로로 유지하면 화면의 2/3를 사용하지 못하는 한계점이 있다. 이러한 새로운 매체와 기존 매체 간의 기술적, 사용자 습관의 불일치는 세로 영상의 대중화를 촉진하는 계기가 되었다. 2011년 스냅챗(Snapchat)은 9:16의 화면 비율에 최적화 시킨 ‘스냅 메시지’라는 기능을 도입하였는데, 이는 수신자가 읽고 나면 일정 시간 후에 자동으로 삭제되는 기능이다. 이는 사용자들이 사라지는 메시지를 더 편리하게 소비할 수 있도록 세로 화면의 장점을 부각한 서비스였다. 이것은 소셜 미디어에서 세로 화면 시대가 본격적으로 시작되었음을 알렸다. 그리고 4G 기술의 발전, 네트워크 요금 감소, 그리고 Wi-Fi 기술 보편화 등 모바일 시청에 필요한 기술적 환경이 구축되면서 스마트폰으로 영상 콘텐츠를 더 소비할 수 있는 환경 조건이 되었다 [3]. 틱톡(TikTok)이나 인스타그램(Instagram)과 같은 플랫폼은 가로가 아닌 세로 영상을 바로 볼 수 있는 디자인으로 구성하여 번거로운 화면 회전 단계 없이 화면 전체를 감상할 수 있게 하였고, 한 손가락만을 이용하여 상하 스와이프(swipe)하는 편리함을 제공하며 사용자들의 큰 사랑을 받았다. 이렇듯 세로 화면은 디지털 뉴미디어 환경에서 점차 보편적인 영상 감상 방법이 되었다.

영상 재생과 감상이 전통적인 ‘가로’ 형식에서 ‘세로’ 형식으로 변화하면서 단순한 가로세로 화면 비율의 구조적 변화를 넘어 시청각 콘텐츠 문법 규칙과 미적 가치에도 변화를 가져왔다. 최근 숏폼(short-form)을 중심으로 세로 영상에 관한 연구가 많이 진행되고 있는데, 몇몇 영화의 사례를 통해 세로 영화의 긍정적 가능성을 예견하고 있다. 어떻게 보면 장면이나 피사체 형태에 따라 세로 영상의 가치가 더 높을 때도 있다 [4].

그러나 화면의 가로 비율이 좁아지면서 넓은 공간 표현이나 복잡한 서사적 내용 표현에 어려움을 많다는 지적도 있다 [5]. 영화 서사에서 공간 표현은 정서적 분위기를 전달하는 중요한 요소로, 무시할 수 없는 부분이다. 따라서 세로 화면 공간에서 효과적으로 정보를 전달하고 감정을 표현하며 미적 감각을 창조하는 것은 세로 화면 미학에 새로운 도전임에는 분명하다.

에르키 후타모(Erkki Huhtamo)는 새로운 기술이나 미디어가 이전에 이미 존재했던 아이디어나 규칙의 재해석일 수 있음을 지적했다 [6]. 이는 우리가 새롭다고 여기는 것이 알고 보면 실제로 오랫동안 존재했던 것을 새롭게 해석한 결과물이라는 것이다. 이를 바탕으로 보면 현재의 세로 영상의 대중화는 스마트 모바일 기기 발전에 기반을 두고 있지만, 세로 형태 자체는 새로운 것이 아니다. 세르게이 에이젠슈타인(Sergei Eisenstein)은 영화의 가로 화면 비율 표준이 확립될 때, 동양의 족자(立軸畫)에서 나타난 세로 화면의 전통성을 세로 영상 가능성에 대한 미학적 이론 근거로 삼았다 [7]. 중국을 중심으로 하는 동양의 서화 분야에서 족자는 세로 구성의 대표적인 예술 형식이다. 족자는 세로 방향의 공간감과 계층감을 강조하는데 유리한 특징이 있으며, 동양 미술에서는 비교적 성숙한 이론적 기반과 풍부한 창작 경험이 축적되어 있다. ‘오래된 것’인 동양의 족자는 오늘날 ‘새로운 것’으로 여겨지는 스마트폰의 세로 화면과 유사한 시각적 경험을 제공한다. 따라서 본 논문에서는 동양의 족자형 회화를 연구 범위로 정하고 현대의 디지털 세로 영상과의 공통점을 찾아 비교한다. 그리고 두 매체에서 시각적 요소를 어떻게 배치하고 화면의 공간감과 감정적 분위기를 창조할 수 있는지 분석함으로써, 세로 영상 콘텐츠의 효과적인 표현과 전문성 향상을 위한 사고와 이론적 기반을 제공하고자 한다.

2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 모바일 기기에 적합한 세로 영상과 동양의 족자 화면 구성을 비교·분석하고 두 매체 간 유사한 표현 방식을 탐구함으로써, 새로운 미디어 문화에서 세로 영상의 화면 공간 표현에 대한 디자인적 특징을 연구하고자 한다. 이를 위해 연구 방법 및 범위는 다음과 같다.

첫째, 영상의 가로세로 비율 발전 역사를 정리하여, 영상이 어떻게 가로 화면에서 세로 화면으로 전환되었

는지, 그 과정에서 사회, 경제, 기술, 미학 간의 상호 작용이 어떠한지를 분석한다. 둘째, 중국의 족자 작품들을 사례로 하여 족자 화면 공간 구조를 분석한다. 이때 '삼원법', '일하양안 삼단식', '유백법', '시서화합일' 등 네 가지 대표적인 동양화 표현 기술을 분석 기준으로 정한다. 셋째, 네 가지 화면 공간 표현 기법을 바탕으로 현재 전문적인 영화제작사에서 촬영한 세로 영상 작품의 사례를 분석한다. 마지막으로 두 매체 간 비교를 통해 세로 영상과 족자 화면의 공간 구성의 공통성과 유사성을 탐색하고, 이러한 표현 방법의 특징을 요약하여 세로 영상 작업에 참고할 수 있는 미학적 사고와 영감을 제안한다.

II. 가로에서 세로로의 역사적 변화

오토 G. 오크비르크(Otto G. Ocvirk)는 “모든 예술 요소와 그 구현은 그림틀에 의해 영향을 받는다. 예술가가 직면하는 문제는 예술 요소의 방향과 움직임을 그림틀에 조화롭게 맞추는 것이다. 그렇지 않으면, 그 요소들은 화면의 통일성을 해체한다 [8].”라고 말했다. 만약 매체의 틀이 매체 내용의 기본적인 표현 형식에 영향을 준다면, 화면 비율의 확립은 시청각 영상 매체 역사에서 무시하기 어려운 중요한 기술적 지표이다. 따라서 화면 비율 확립에 대한 역사적 변화 과정을 살펴볼 필요가 있다.

1. 가로 화면의 표준 확립

1880년대 말부터 90년대 초까지 키네토스코프(Kinetoscope)의 발명과 토머스 에디슨(Thomas Alva Edison)과 그의 조수인 윌리엄 케네디 루리 딕슨(William Kennedy Laurie Dickson)은 화면 비율과 관련된 기술 표준을 확립했다. 그들은 영상 제작에 35mm 필름을 사용했으며 1.33:1의 화면 비율을 선택했다. 이 비율은 35mm 필름에 최대의 이미지의 수를 기록하기 위한 기술적 효율성을 고려한 것이지만, 동시에 미적인 사항도 고려한 결과였다. 이 비율은 초상화(0.88:1에서 1.48:1)와 풍경화(1.55:1에서 1.60:1)에 화면 비율을 고려한 절충안이었다 [9]. 1917년 영화·텔레비전 엔지니어 협회(The Society of Motion Pictures & Television Engineers, 이하 SMPTE)는 이러한 부분을 인정하여 35mm 필름과 1.33:1의 화면 비율을 영상산업 표준으로 채택했다.

이후 유성 영화가 등장하면서 영화 기술자들은 35mm 필름에 화면을 저장하고 동시에 퍼포레이션(perforation) 구멍 안쪽에 오디오 트랙을 남겨 소리를 녹음할 수 있도록 개선했다. 이때 오디오 트랙을 위한 공간을 확보하기 위해 필름 크기와 화면 비율에 변화가 생기게 되었는데, 이는 영화산업 종사자들에게 화면 비율의 비통일성이라는 혼란을 주었다. 그래서 1930년 미국 영화 예술 과학 아카데미(Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 이하 AMPAS)는 기술자와 제작자 간에 합의를 통한 표준화를 촉진하기 위해 회의를 개최했다 [10]. 이 회의에서 영화산업에서는 35mm 필름을 사용하고 오디오 트랙을 고려한 유성 영화의 스크린 표준 비율을 1.375:1로 확정했다. 이를 '학술비율(Academy Ratio)'이라고도 한다. AMPAS가 가로세로 비율을 결정할 때 고려한 주요 이유는 가로 형식은 오래전부터 '서사적' 표현의 그림(Narrative Pictures)에서 널리 사용했다는 점, 당시 극장 무대 배경의 형태와 유사하다는 점, 인간 시각의 생리적 메커니즘에 가로가 적합하다는 점, 마지막으로 가로 형태의 스크린은 극장 관객을 동시에 많이 유치할 수 있기 때문에 경제성이 더 우수했기 때문이었다 [11].

그러나 세르게이 에이젠슈타인(Sergei Eisenstein)은 '동적인 정사각형(The Dynamic Square)'이란 글에서 가로 스크린 표준에 대한 의문을 제기했다. 그는 가로 비율 표준을 위한 네 가지 이유에 대해 반박하며 세로 화면의 탐구가 다양한 분야에서 발전과 성취의 결과를 찾을 수 있음을 주장했다. 이는 생물학적 진화, 문화 발전, 산업 성취 등 다양한 분야에서 세로 방향의 우수함을 발견할 수 있다는 뜻이다. 에이젠슈타인은 가로 비율이 표준으로 확립되면 창작자의 창의력과 상상력에 제약을 가할 것이라고 주장하며, “지난 30년 동안 우리는 스크린의 수평 형태에 만족하며 ‘세로 화면과 세로 구성’이 가진 50%의 잠재성을 배제했다.”라고 강조했다 [12].

안타깝게도 에이젠슈타인의 주장은 1.375:1 비율의 표준 확립을 저지하지 못했으며, 대부분의 영상 분야에서 가로 스크린은 표준이 되었다. 이후 1.375:1을 기본으로 하며 영화 스크린은 가로로 점점 더 넓어졌고, 텔레비전, 컴퓨터, 카메라 스크린 같은 디지털 미디어도 가로 화면 비율의 영향을 받아 한 세기 동안 영상 창작 및 관람 습관과 미학적 기준의 논리를 형성했다.

2. 스마트폰 시대의 세로 영상

2007년 애플(Apple)의 스티브 잡스(Steven Paul Jobs)는 첫 아이폰 발표회에서 ‘새로운 휴대폰 시대’를 선언하며 스마트폰을 선보였다. 물리적인 버튼이 아닌 정전식 멀티터치 스크린 기술은 사용자에게 새로운 경험이었으며, 앱스토어 출시로 인해 단순한 전화 기능이 아닌 음악, 영상, 게임과 같은 다양한 엔터테인먼트를 포함한 멀티미디어의 기준이 되었다. 게다가 3G 네트워크의 보급과 스마트폰 카메라의 발전은 사용자들에게 언제 어디서나 기록하고 공유할 수 있는 편리함을 제공했다. 그리고 2011년 스냅샷은 9:16의 세로 비율로 ‘읽으면 사라지는’ 스냅메세지 기능을 도입하며 소셜미디어에서의 세로 화면 시대를 시작했다. 그러나 스마트폰의 등장 이전 세로 화면 시대를 연 것은 아니다.

본격적인 스마트폰 시대에 들어서면서 휴대폰의 화면 비율은 주로 9:16 또는 9:19와 같은 세로 방향 비율이 주를 이루었다. 이는 손으로 들기 편한 수직 형태를 고려한 의도였다. 하지만 그 당시 스마트폰으로 감상하는 영상 콘텐츠 대부분이 가로 방향이었기 때문에 가로 영상을 화면에 꽉 차게 감상하려면 번거롭게도 스마트폰의 방향을 가로로 조정해야 했다. 만약 가로로 돌리지 않고 스마트폰을 세로로 보면 화면의 3분의 2가량이 검은 화면이 되었다. 즉, 영상 매체가 가진 본래의 화면 비율과 디바이스의 화면 비율을 맞춰서 보지 않는다면 모두 부적절하고 잘못된 것처럼 보였다 [13]. 또한 소셜미디어 초기에 나타난 세로 영상은 전문적이지 못한 휘발성 개인 간 공유물에 불과하여 대중적 호응을 끌어내는데 한계점이 있었다. 또한 유튜브를 중심으로 ‘버티컬 비디오 신드롬(Vertical Video Syndrome, VVS)’이라는 세로 영상을 풍자하는 인형극 형태의 비디오가 나타났는데, 이는 수백만의 조회수를 기록하며 ‘세로 영상이 가진 시각 언어와 서사적 표현의 한계점’에 대한 대중들의 공감을 이끌었다. 이 비디오는 사람의 시각적 특징은 가로 화면에 적합하며, 영화, TV, 컴퓨터 화면도 수평적이라는 점을 들어 세로 화면 영상의 문제점을 꼬집었다. 이 당시에는 영상 대부분이 가로 화면에 맞춘 형식이었기 때문에 스마트폰의 세로 화면과의 호환성이 떨어졌다. 세로 화면으로 영상을 보면 상하에 검은색 테두리가 노출되어 영상에 몰입하는 것을 방해하고, 영상 이외의 현실 공간을 인식하게 만들어 영상과

관객 사이의 거리감을 주었다 [14].

영국의 조사 기관 Unruly에 따르면, 무려 82%의 사용자가 자신이 원하는 화면 비율과 영상 비율이 맞지 않는 것에 대한 불만을 느낀다고 한다 [15]. 이렇듯 가로 화면 영상과 스마트폰의 세로 화면의 불일치는 소비자들에게 불편함을 주었고 이를 해소하기 위해 세로 화면 영상의 발전을 촉진했다. 그리고 4G 통신 기술의 급속한 발전과 요금의 하락, Wi-Fi의 공공화 및 보급은 모바일 기기를 통해 영상을 시청하는 일상을 제공했다. 이에 따라 틱톡, 인스타그램과 같이 스마트폰 화면 특성에 최적화된 플랫폼이 부상하게 되었으며, 회전 없이 전체 화면으로 시청할 수 있는 세로 화면을 스마트폰 영상 시청을 위한 우선 모드로 자리 잡게 만들었다. 최근에는 일상적인 짧은 동영상뿐만 아니라 전문 프로그램, 광고, 단막극, 심지어 영화까지도 세로 화면 비율에 맞춘 콘텐츠가 일반화되고 있다.

III. 동양 족자의 화면 공간 구성

족자화(立軸畫) 또는 괘축화(掛軸畫)라고도 불리는 이 예술 형식은 회화에서 수직적 표현을 중요하게 다룬 매체이다. 족자의 크기는 다양하며 그림은 길이가 너무보다 긴 비율로 나타난다. 한 예로 명나라 장홍(張宏)의 <계하산도(棲霞山圖)>는 길이 대 너비 비율이 약 3.36(341.9cm x 101.8cm)이고, 송나라 괘회(郭熙)의 <조춘도(早春圖)>는 1.46(158.3cm x 108.1cm)이다. 이는 좁고 긴 형태로 항상 수직적 공간 구조를 강조한다. 화가는 창작 과정 중 화면 요소의 세심한 배열과 조정에 주력하면서 다음의 네 가지 사항을 고려하며 세로 화면의 공간적 구성을 다룬다. 이는 물리적 배치뿐만 아니라 허와 실의 조화, 정적과 동적인 대비, 리듬과 균형을 통해 시선을 유도하여 더 깊은 감정적 체험과 사고를 불러일으키는 역할을 한다.

1. 삼원법(三遠法)

중국 산수화에서는 ‘고원(高遠)’, ‘심원(深遠)’, ‘평원(平遠)’을 통해 자연 풍경을 묘사하는데 이를 ‘삼원법(三遠法)’이라 한다. 송나라 화가인 괘회는 <임천고치(林泉高致)>에서 삼원법에 대해 다음과 같이 언급했다. “산수화에는 삼원이 있다. 산 아래에서 산봉우리를 올려다보는 것을 고원이라 하고, 산 앞에서 산 뒤를 들여

다보는 것을 심원이라 하며, 가까운 산에서 먼 산을 바라보는 것을 평원이라 한다.” ‘삼원(三遠)’은 모두 ‘원(遠)’을 강조하지만 각각 다른 측면에 중점을 둔다. 즉, 우러러보기, 내려다보기, 수평적으로 바라보기 등 다양한 관점에서 풍경을 화폭에 묘사하는 방법이다. 이러한 방법은 투시법의 한계를 넘어 산을 거닐며 다양한 각도에서 바라본 풍경을 화면에 표현한다.

한편, 방문(方聞)은 <심인 - 중국 회화 연구 총서(心印-中國繪畫研究叢書)>에서 그림 <작화추색도(鵲華秋色圖)>와 <소상와유도(瀟湘臥遊圖)>의 일부를 분석했다. 이는 화면 요소들을 위에서 아래로 단일체로 분리하여 다시 중첩하는 방법이었다(그림 1). 화가는 ‘삼원법’을 이용하여 현실 공간의 수평면에 배치된 사물들을 인위적으로 끌어올린 후, 최종적으로 세로 비율의 작품 안에 배치하는 방식으로 공간감을 가진 그림으로 보여준다고 분석했다 [16]. 공간 좌표로 볼 때, 3차원 공간의 Z축에 있는 대상을 Y축으로 이동시켜 깊이 관계를 상하 관계로 변환하고 Y축 방향을 충분히 활용하는 것이다.

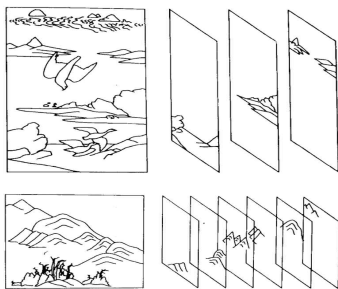


그림 1. 작화추색도와 소상와유도(부분)
 Figure 1. Autumn Colors on the Ch'iao and Hua Mountains and Imaginary Tour through Xiaoxiang(Partial)

2. 일하양안, 삼단식(一河兩岸、三段式)

중국원나라 시기의 화가인 예찬(倪瓚)이 구현한 ‘일하양안, 삼단식(一河兩岸、三段式)’의 구성 방식은 하나의 강을 중심으로 양쪽에 주제를 담은 대상을 배치하되 화면을 세 개로 나누어 표현하는 방법으로 후대 화가들에게 산수화 구성에서 고전적 전례를 제공했다. 한 예로 <자지산방도(紫芝山房圖)>(그림 2)에서 이러한 구성 방식의 특징이 잘 드러난다. 전체 화면은 근경, 중경, 원경의 세 부분으로 나누어져 있다. 중경에는 강이나

하천이 있고 근경과 원경에 강의 양쪽을 표현했다. 이 구성 방법은 삼원법에서의 평원(平遠)을 계승한 것이다 [17]. 화면은 수평적 시점으로 구성하되 원경을 인위적으로 높게 배치하여 시야가 가리지 않도록 편안한 분위기로 묘사했다. 그런데 이 방법이 세로 영상 구성에 기본적인 영감을 준 화면 배치 구성이 되었다.



그림 2. 자지산방도
 Figure 2. Zizhi Mountain Studio

‘일하양안, 삼단식’은 서사적 구조와 공간감 창조에 중요한 표현 기술이다. 예를 들어 양쪽 강변은 다른 장소, 위치, 사건 또는 시간으로 표현할 수 있으며, 공간적 대립을 통해 대상에 대한 감정을 다르게 보여줄 수 있다. 창작자는 필요에 따라 강을 중심으로 양쪽 너비, 스타일 및 내용을 조정하여 다양한 시각적 효과를 창출할 수 있다.

3. 여백법(留白法)

‘여백’이란 동양화의 대표적인 표현 방식 중 하나로 간단하게 말하자면 화면에 공백을 남기는 표현 방법이다. 하지만 여백은 단순한 시각적 공백을 넘어 작가의 주관적 의식을 화면 구성에 표현한 것이다. 필묵을 사용하지 않고 주제와 공백 사이의 조화를 통해 회화에 철학을 담는다. 따라서 동양화의 여백은 심상적이고 철학적인 표현으로 외형 표현 중심의 서양화와는 큰 차이가 있다. 여백은 무형의 공간, 시간의 흐름 또는 언어로 표현할 수 없는 감정을 대표하며, 허실(虛實) 결합의 방법으로 직관적 묘사를 초월하여 차분하고 평범한 선(禪)의 미를 창조한다. 또한 죽자에서는 ‘여백’ 기법을

활용함으로써 화면의 공간적 심도를 강화하고 시각적 깊이를 확장한다. 이 기법은 화면의 리듬감을 조절하는 역할도 하였다. 또한 관람자의 시선을 화면 중심부로 집중시켜 주제를 더욱 분명하고 돋보이게 만든다. 넓은 범위의 여백은 화면이 마치 무한히 위나 아래로 확장되는 듯한 시각적 효과를 주고 화면에 평온하고 초월적인 분위기를 조성한다. 이는 관람자에게 상상의 공간과 감정적 체험이라는 ‘여백의 미’를 제공했다.



그림 3. 추림야흥도
Figure 3. Enjoying the Wilderness in an Autumn Grove



그림 4. 도곡증사도
Figure 4. TaoGu Presenting a Lyric

예찬(倪瓚)은 그의 산수화에서 이러한 간결한 방식을 자주 사용했다. 전경에는 강변과 나무가 있고 뒤에는 넓고 평평한 강이나 호수와 흙 둔덕이 있다. 이러한 느슨한 구성은 공간의 순서를 확장하고 전경과 배경의 풍경이 상호작용하게 한다. 예를 들어 <추림야흥도(秋林野興圖)>(그림 3)에서 전경은 바위로 쌓인 작은 섬과 거기에 몇 그루의 마른 나무, 숨겨진 초막이 있고, 넓은 수역을 지나면 안개 속에 숨어 있는 산봉우리들이 나타난다. 연한 묵(墨)으로 묘사한 강 건너 안개 속 산봉우리는 강 건너편 완만한 경사와 대비되면서 응답하는 구성을 이룬다. 이러한 큰 면적의 여백은 그림의 평화롭고 고독한 분위기를 효과적으로 표현한다.

4. 시서화합일(詩書畫合一)

동양화에서는 그림, 서예, 시를 결합하는 형식을 일반적으로 ‘시서화합일’ 또는 ‘문인화’라고 한다. 이 형식

은 화가의 그림 기술뿐만 아니라 그들의 문학적 소양과 철학적 사고를 반영하고 있다. 그림과 문자는 서로 보완하여 작품의 전체적인 의미를 구성한다. 명나라 화가이자 문학가인 당인(唐寅), 자는 백호(伯虎)는 그림과 시를 함께 쓰는 방법으로 글의 해석을 돕는 그림을 그렸다.

그의 작품 <도곡증사도(陶穀贈詞圖)>(그림 4)는 역사적인 소재를 주제로 삼았다. 북송의 대신 도곡(陶穀)이 작은 나라였던 남당(南唐)을 방문했을 때, 도곡은 남당의 이후주(李後主)에게 오만한 태도를 보이며 무례하게 굴었다. 그의 태도를 용납할 수 없었던 남당 군신들은 그를 망신 주기 위해 진희(秦淮) 지방의 유명한 기녀를 노래 파는 여자로 위장시켜 도곡에게 접근시켰다. 도곡은 그녀를 보고 욕심을 내어 하룻밤을 즐기며 그녀에게 시를 써 주었다. 다음 날 군신들과 함께하는 공개 연회 석상에서 그 기녀가 그 시로 노래를 부르자 도곡은 그녀가 바로 전날 밤의 여자임을 알아보고 얼굴이 붉어지며 당황했다는 일화가 있다 [18].

화가 당인은 이 일화를 바탕으로 도곡과 같이 걸음으로는 품위 있어 보이지만 속으로는 남을 속이고 여자를 탐하는 고위 관료들의 부도덕한 태도를 풍자적으로 비판하기 위해 그림 오른쪽 위에 다음과 같은 시를 썼다.

“한밤의 인연이 우연히 여관에서 맺어졌네.
짧은 시로 서로를 알아가며 시간을 보냈지.
만약 그때 내가 도곡의 입장이었다면
왜 굳이 앞에서 얼굴을 붉혀야 했을까.”
“一宿姻緣逆旅中，短詞聊以識泥鴻。
當時我作陶承旨，何必尊前臉發紅。”

- 당인의 도곡증사도 중에서 -

당인은 시를 통해 그림에서 표현하지 못한 부분과 도곡과 관련된 사건 배경까지 담아 서술했다. 이미지는 시각적이고 재현적이지만, 문자는 시간을 넘나들며 논증적이고 서사적인 역할을 한다. 당인의 그림에서 문자는 그림에 대한 논리적 추론을 돕고 서술 범위를 그림 밖으로 확장하고 있다. 따라서 시서화합일은 그림과 글의 ‘상호협력’을 통해 작가의 의도를 더 풍부하게 하고 복잡한 서술 공간을 구축할 수 있다.

IV. 동양 족자와 세로 영상의 비교

동양화의 회화 기법은 삼원법과 일하양안 삼단식과 같은 독특한 공간 구성 방법, 세밀한 여백기법, 그리고 시서화합일이라는 고유의 미학 스타일로 족자에서 장면의 깊이와 높이를 능숙하게 강조하고 관람자의 시선을 상하로 유도하며 화면에 리듬감과 운율감을 부여할 수 있다. 이것은 단순한 자연 풍경 묘사를 넘어 운치 있게 표일(飄逸)하고 일상 경험을 초월한 미를 추구함으로써 동양의 독특한 시각 언어와 예술적 정서를 표현한다는 특성이 있다.

1. Z축의 깊이부터 Y축의 고도까지 - 삼원법

앞서 언급했듯이 동양화 이론에서 곽희(郭熙)의 “삼원법”은 3차원 공간의 깊이(Z축) 관계를 화면상의 높낮이(Y축) 관계로 변환함으로써 화면의 수직 방향을 최대한 활용하여 공간감과 깊이감을 창조하는 것을 말한다. 현대의 세로 영상은 기계적 구조 특성으로 인해 나타난 표현 형식이기에 전통적인 동양화와 분명히 다르다. 그러나 카메라 프레임 조절과 창의적인 후반 프로세스를 통해 실제 장면의 원근감 표현을 영상의 상하 관계로 전환하여 “삼원법”과 유사한 공간감을 모방하고 재현한다.

한 예로 화웨이(Huawei)가 제작한 세로 포맷 영화인 <오공(悟空)>을 보면, 작은 소년이 집을 떠나 마음속 ‘손오공(孫悟空)’을 찾아가는 여정에서 하이앵글(high-angle) 촬영을 광활한 풍경 장면을 보여주고 있다. 방대한 장면의 ‘원근감’을 2차원 스크린에서 높이 변화를 통해 전경과 원경을 효율적으로 표현했다. 이러한 하이앵글 기법은 거대한 자연 속에서 힘이 약한 소년을 부각하며 도시로 영화를 보러 가는 어려움을 은유적으로 표현하고 있다(그림 5). 그리고 아이폰11 pro로 제작한 세로 영화 <the stunt double>의 한 장면(그림 6)을 보면 계단 아래의 낮은 위치에서 상향으로 촬영하는 기법을 통해 세로 스크린의 세로 공간을 기발하게 활용함으로써 Z축에 있는 원거리 물체를 시각적으로 높게 표현했다. 이러한 촬영 기법은 풍부한 시각적 공간감을 창조할 뿐만 아니라 객체 간의 거리와 관계를 Y축으로 변환시킴으로써 세로 영상의 공간 구성을 위한 새로운 가능성을 보여주었다. 이러한 사례들은 족자의 전통 수직적 예술 이론이 현대 세로 영상에 적용 될 수 있음을

입증한다. 따라서 전통적인 ‘삼원법’은 오늘날의 세로 영상의 공간 구성에 대한 시각적 표현 기법의 하나로 볼 수 있다.



그림 5. 오공
Figure 5. Wu Kong



그림 6. 더 스텐트 더블
Figure 6. The Stunt Double

2. 서사적 대비표현 - 삼단식 화면분할

‘일하양안, 삼단식’ 구성은 화면의 Y축을 삼단으로 나누어 근경과 중경 그리고 원경 풍경을 대비시킨다. 세로 영상은 서사 공간을 표현하는데 제한점이 있기에 한정된 화면을 더욱 효과적으로 사용하기 위해 화면을 삼단으로 구분하는 것이다. 연관성 높은 내용을 같은 화면에서 보여주어 영화의 서사 구조와 시각적 표현 범위를 더 풍족하게 만든다. 수직 화면 분할은 후반 작업을 통해 하나의 화면을 여러 개의 영역으로 나누거나 동시에 장면 내 여러 물체의 배치를 활용하여 대비적인 분할 구도를 형성한다.

장이머우(張藝謀, Zhang Yimou) 감독이 제작한 뷰익(Buick)광고 시리즈 <만남(遇見你)>은 세로로 제작한 영상이다. 이 광고 배경은 기차 침대칸으로 상단, 중단, 하단의 3층 침대를 활용하여 스토리 전개에 따라 세로 화면을 두 개 또는 세 개의 화면으로 나누며 표현하였다. 남녀 주인공 사이에 침대 판이 시각적으로 대비 효과를 주며 관객이 두 사람 각자의 표정과 심리 상태를 동시에 관찰할 수 있게 함으로써 상하 수직적 서사를 계층적으로 나누고 있다(그림 7). 그리고 화웨이 영화 <오공>에서 주인공 소년이 먼 여행을 준비할 때, 그의 친구가 여행에 필요한 물건을 준비해주는 장면에서 후반 영상편집 기술로 화면을 나누어 인물 간 상호

작용하는 장면을 보여준다. 단순히 보일 수 있는 세로의 화면 공간이 여러 개로 분할된 화면 연동을 통해 서사의 리듬을 강화하고 있다(그림 8).



그림 7. 만남
Figure 7. Meeting You



그림 8. 오공
Figure 8. Wu Kong

3. 사고의 공간 - 여백 효과(留白效應)

여백 효과란 바로 동양화의 여백법(留白法)에서 비롯된 표현 방식으로 ‘무에서 유를, 적은 것으로 많은 것을 이기는’ 회화적 의미 표현을 추구한다. 우리가 사물을 인지할 때, 인지 대상이 명확하지 않으면 자연스럽게 머릿속 연상을 통해 대상의 부족한 부분을 보충한다. 이때 연상과 보충 과정에서 더 강한 심리적 효과가 발생하여 더 깊은 인상이 남는다. 이러한 심리 현상이 바로 여백 효과이다 [19]. 현대의 세로 영상은 세로로 뻗은 특성으로 인해 상하 여백 공간의 활용 가능성이 크다. 그리고 세로 영상의 여백은 전통 회화에서 의미하는 공백에만 국한되어서는 안 된다. 주요 대상 외에 반복되는 풍경, 예를 들어 영화 속의 숲, 안개 등과 같은 장면 요소들까지 여백으로 활용할 수 있다. 이러한 장면 설정은 관객에게 전통 회화의 여백 효과와 유사한 상상의 공간 역할을 하도록 유도한다.

영화 <오공>에서 주인공 소년이 밀림에서 방향을 잃었을 때 장면(그림 9)과 뱀에게 물린 후 동굴에 머무르는 장면에서 넓은 안개와 동굴 안의 밝은 모닥불이 대비를 이룬다(그림 10). 흰 여백의 안개는 먼 길의 고단함을 암시하고 동굴로 들어오는 빛의 여백은 앞으로의 밝은 희망을 내포하고 있다. 이와 같은 방법으로 오늘날의 세로 영상에서도 여백 효과를 이용하여 관객의 심도 있는 사고를 유도하고 공간으로 활용하고 있다.



그림 9. 오공
Figure 9. Wu Kong



그림 10. 오공
Figure 10. Wu Kong

4. 이미지와 문자의 협력 - 시서화합일

동양화에서 ‘문인화’는 보통 풍경과 이야기를 담고 있어 글은 화가의 철학적 사고를 담아 시적인 의미 또는 작품 내용에 대한 보충 설명을 전달한다. 반면 현대의 숏폼 형식의 세로 영상에서는 짧은 내러티브의 한계점을 극복하고 제한된 시간 내에 시청자의 시선을 사로잡기 위해 이미지와 문자를 조합한다. 이것은 작품의 서사를 보조하고 짧은 분량의 영상에서도 많은 정보를 담을 수 있는 가장 직관적이고 효과적인 방법이 되고 있다. 질스 콜본(Giles Colborne)은 “간결함(Simplicity)”을 최고의 표현이라고 언급했듯이, 텍스트는 정보 전달의 중요한 기능 외에도 타이포그래피 스타일 속성을 통해 계슈탈트 심리학(Gestalt psychology)에서의 시각적 인지 원리와 더 잘 부합하여 정보를 빠르고 정확하게 수용할 수 있다 [20].

최근 여러 세로 영상에서 자막을 화면 곳곳에 배치하며 영상을 위한 자막 위치에 있어서 기존과 다른 형식으로 변화하고 있다. 이는 자막을 화면 속에서 활동적이고 유연한 디자인 요소로 만들었는데, 이러한 예술적 시도는 문자를 직접적 정보 전달 요소뿐만 아니라 감성적 요소로 만들어 문자의 내용이 시청자 뇌리에 더 강하게 각인시켰다. 이는 세로 영상 기반의 뉴미디어의 예술적 특성이라 할 수 있다.

장미퍼우 감독의 세로 영상 광고 시리즈에서, 감독은 대사 사용에 있어서 절충을 선택하고 가능한 한 적은 인물 간 대화로 이야기를 전달하고자 하였다. 그래서 자막을 활용하여 자칫 부족할 수 있는 스토리 전개와

대화를 보완했다. <만남> 편의 남자 주인공은 자신의 아래 침대에 있는 소녀에게 컵눈에 반해 먼저 말을 걸고 싶지만 여러 번 망설이다가 결국 입을 열지 못한다. 영화 내내 두 사람의 직접적인 대화는 없다. 그러나 영상의 자막을 통해 남학생의 말하기 어려운 마음속 생각들을 문자 형태로 나타내며 남녀 주인공 간의 풋풋한 설렘을 연출하고 있다(그림 11). 또한 세로 영상 <감사합니다> 편에서, 청소부는 빌딩 유리창 바깥에 있고 회사 직원은 빌딩 안에 있는 장면이 나온다. 두꺼운 유리창으로 차단되어있고 강한 바람이 불기 때문에 두 사람은 직접 대화할 수 없다. 건물 안 직원은 따뜻한 차를 건네며 문자로 대화하고 청소부는 수어로 감사를 표시한다. 그리고 '작은 나눔에 감사합니다'라는 자막이 나오며 시청자들에게 작지만 강한 공감을 불러일으킨다(그림 12). 이 시리즈는 즐거이 전개와 감정의 흐름을 주로 영상과 자막에만 의존하며 음악과 함께 감정과 심리 변화를 끌어내고 있다.



그림 11. 만남
 Figure 11. Meeting You



그림 12. 감사합니다
 Figure 12. Thank You

IV. 결론 및 연구의 한계

본 연구는 스마트폰의 보급으로 인해 급변하는 영상 매체의 화면 비율에 대한 변화를 전통적인 동양의 족자와 비교하며 재조명하고 있다. 전통적인 가로 영상의 지배적 위치에서 벗어나 사용자의 스마트폰 편의성과 습관을 반영한 세로 영상이 새로운 표준으로 부상하는 과정을 상세히 살펴보았다. 이와 더불어 동양의 전통적 족자 예술에서 찾아볼 수 있는 고유의 네 가지 공간 구

성 방식이 현대의 세로 영상에 어떻게 적용되고 있는지를 비교 분석함으로써 두 매체 간의 상호작용 및 영향을 심도 있게 고찰하였다. 이를 통해 영상 콘텐츠의 형태와 표현 방식이 기술적 발전 및 문화적 맥락에 따라 지속적인 진화를 하고 있음을 확인할 수 있었다. 가로 영상이 가지는 서사적 표현의 깊이와 넓은 공간 표현의 장점에도 불구하고 오늘날의 세로 영상은 사용자에게 편의성과 친밀감을 제공하며 디지털 시대의 강력한 소통 수단으로 자리 잡았음을 알 수 있었다. 그러나 본 연구는 표본 범위와 대표성의 제한, 문화적 및 역사적 맥락의 다양성에 대한 고려 부족 등 연구의 한계점을 가지고 있다. 이러한 제한점을 극복하기 위해 후속 연구에서는 중국을 비롯한 여러 국가의 전통 세로 회화 표본을 포함하여 다양한 문화적 및 역사적 배경을 고려한 비교 분석을 수행할 것이다. 또한 사용자 경험, 인지심리학, 기술사용의 사회적 맥락 등 다른 중요한 측면에 대한 심층적 분석을 통해 연구의 관점을 확장하고자 한다.

마지막으로 본 연구에서 도출한 결론은 기술적 진보에 따른 단순한 변화가 아니라 인간의 시각적 인식과 예술적 표현의 깊이를 확장하는 과정의 일환이다. 세로 영상은 우리가 주변 세계를 인식하고 소통하는 방식에 새로운 차원을 추가하며, 세로 영상 매체 예술에 관한 지속적인 탐구와 실험을 요구하고 있다. 따라서 기존의 미학적 기준과 표현 방식에 구애받지 않고 다양한 매체와 형식을 통해 인간 경험의 다채로움을 탐색하고 표현하는 데 개방적인 태도를 유지해야 한다. 이를 통해 변화하는 미디어 환경 속에서 인간의 창의력과 상상력이 새로운 의미와 가치를 어떻게 창출할 수 있는지에 대한 깊은 이해를 얻을 수 있을 것이다.

References

- [1] Ma Guangjun. "The Origin, Advantages, Characteristics, and Challenges of Vertical Screen." *Audio-Visual World*, No.01, PP.63-66, 2019. DOI: 10.13994/j.cnki.stj.2019.01.015.
- [2] ScientiaMobile "MOVR Mobile Overview Report October - December 2014." https://data.wurfl.io/MOVR/pdf/2014_q4/MOVR_2014_q4.pdf
- [3] Deng Jianguo, Zhang Qi. "Innovation, Diffusion, and Challenges of Mobile Short

- Videos.” *Journalism and Writing*, No. 05, PP. 10–15, 2018.
- [4] Hoon Ryoo. “A Study on the Technical and Aesthetic Characteristics Required by Vertical Cinema in the Mobile Era—Focused on Damien Chazelle’s <The Stunt Double>.” *Journal of the Moving Image Technology Association of Korea*, No. 36, pp. 31–56, 2021.
- [5] Liu Dan. “Multimodal Metaphor Construction of Vertical Micro-film Advertisements from the Perspective of Visual Grammar: A Case Study of Huawei’s Advertisement ‘Wukong’.” *Journal of Huaqiao University (Philosophy & Social Sciences)*, No. 01, PP. 154–160, 2020. DOI: 10.16067/j.cnki.35-1049/c.2020.01.015.
- [6] Huhtamo, Erkki, and Jussi Parikka. < Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications>. University of California Press, 2011, Chinese simplified version translated by Tang Haijiang, Fudan University Press, December 2018, ISBN 978-7-309-14123-8.
- [7] Eisenstein Sergei. “The Dynamic Square.” <Film Essays and a Lecture>, edited by Jay Leyda, Princeton University Press, pp. 57–58, 1982. DOI: org/10.1515/9781400853922.48.
- [8] Ocvirk, Otto G., et al. <Art Fundamentals: Theory and Practice>, 9th ed., Peking University Press, 2009. ISBN 978-7-301-15259-1
- [9] Belton, John. “The Origins of 35mm Film as a Standard”, *SMPTE Journal*, No. 8, p. 656, 1990.
- [10] Somaini, Antonio. “The Screen as ‘Battleground’: Eisenstein’s ‘Dynamic Square’ and the Plasticity of the Projection Format.” <Format Matters: Standards, Practices, and Politics in Media Cultures>, edited by Marek Jancovic, Axel Volmar, and Alexandra Schneider, meson Press, p. 222, 2019.
- [11] Eisenstein Sergei. “The Dynamic Square.” <Film Essays and a Lecture>, edited by Jay Leyda, Princeton University Press, pp. 54–63, 1982, DOI: org/10.1515/9781400853922.48.
- [12] I bid., p. 49.
- [13] Ryan, K. M. “Vertical Video: Rupturing the Aesthetic Paradigm.” *Visual Communication*, vol. 17, no. 2, pp. 245–261, 2018.
- [14] Manovich, Lev. <The Language of New Media>. Translated by Che Lin, Guizhou People’s Publishing House, 2020.
- [15] Unruly. “In 2021: CTV, Mobile, and Improved Targeting Capabilities Will Change the Way Brands Reach Consumers.” Unruly, A Tremor International Company, 12 Aug. 2020, <https://unruly.co/blog/article/2020/12/08/in-2021-ctv-mobile-and-improved-targeting-capabilities-will-change-the-way-brands-reach-consumers/>
- [16] Fang, Wen. <Heart Print: A Study on the Style and Structure of Chinese Calligraphy and Painting>. Translated by Li Weikun, Shaanxi People’s Fine Arts Publishing House, pp. 21–23, Dec. 2003, ISBN 7-5368-1742-8.
- [17] Mao, Peiding. “Exploration of the Origin of Ni Zan’s ‘One River, Two Banks, Three-Section’ Composition.” *Art Exploration*, No. 02, pp. 53–55, 2005.
- [18] Shou, Ling, and Chen Bo. “Revisiting Old Dreams: On the Artistic Style and Significance Displayed in Tang Yin’s ‘Self-Congratulatory Painting’ and ‘Tao Gu Offering Words Painting’.” *Beauty and the Times (Middle)*, No. 04, pp. 34–35, 2015. DOI: 10.16129/j.cnki.mysdz.2015.04.021.
- [19] “The Effect of Intended blank – Imagination Triggered by Blank Spaces.” Yun-Gui Learning Network, 15 Dec. 2022, <https://ygxl.swmu.edu.cn/info/1087/1338.htm>.
- [20] Colborne, Giles. <Simple and Usable Web, Mobile, and Interaction Design>. Translated by Songfeng Li and Xuwen Qin, People’s Posts and Telecommunications Press, p. 111, 2011.