

디지털 향수 시각의 매개화된 표현: 텍스트·이미지 플랫폼과 숏폼 비디오 플랫폼에서의 필름 필터 비교 연구

The Mediatized Expression of Digital Nostalgia Visuals: A Comparative Study of Film Filters in Image-based and Short Video Platforms

주 저 자 : 장리엔 (Zhang, Lian) 동의대학교 디자인조형학과 박사과정

교 신 저 자 : 이성원 (Lee, Seong Won) 동의대학교 디자인조형학과 교수
ascada@deu.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2026.2.452>

접수일 2026. 05. 20. / 심사완료일 2026. 06. 01. / 게재확정일 2026. 06. 08. / 게재일 2026. 06. 30.

Abstract

This study examines film filters as a form of digital nostalgic visual expression on Xiaohongshu and Douyin through visual content analysis and user perception experiments. A total of 120 platform samples and 300 questionnaires were analyzed. The findings show that image-based platforms emphasize static aesthetics and stylistic consistency, whereas short video platforms rely more on emotional atmosphere and immersive storytelling. Video media and warm-tone filters were also found to evoke stronger emotional resonance. From a design perspective, film filters are interpreted not simply as visual effects, but as a platform-based design language shaping visual communication and user experience. The study concludes that digital nostalgia is not a fixed visual style, but a mediatized visual expression shaped by platform structures and media environments.

Keyword

Digital Nostalgia(디지털 향수), Film Filter(필름 필터), Visual Culture(시각 문화), Social Media(소셜 미디어), Platform Aesthetics(플랫폼 미학)

요약

본 연구는 샤오홍슈(小红书)와 도우인(抖音) 플랫폼의 필름 필터를 디지털 노스탤지어 시각 표현의 한 유형으로 보고, 시각 콘텐츠 분석과 사용자 인식 실험을 통해 이를 분석하였다. 연구에는 총 120개의 시각 샘플과 300부의 설문 데이터를 활용하였다. 연구 결과, 이미지 기반 플랫폼은 정적인 미학과 스타일 일관성을 강조한 반면, 숏폼 비디오 플랫폼은 감정적 분위기와 몰입형 서사에 더욱 의존하는 것으로 나타났다. 또한 동영상 매체와 워밍 필터는 더 높은 정서적 공감을 유도하였다. 디자인적 관점에서 본 연구는 필름 필터를 단순한 시각 효과가 아닌, 시각 커뮤니케이션과 사용자 경험을 구성하는 플랫폼 기반 디자인 언어로 해석하였다. 결론적으로 디지털 노스탤지어는 고정된 시각 스타일이 아니라 플랫폼 구조와 매체 환경 속에서 형성되는 매개화된 시각 표현임을 확인하였다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 문제 및 설계

2. 이론적 배경

- 2-1. 디지털 향수와 시각 문화
- 2-2. 소셜 미디어 플랫폼과 필터 미학

3. 연구 분석

- 3-1. 샤오홍슈 텍스트-이미지 필름 필터 사용 특성 분석
- 3-2. 도우인 비디오 필름 필터 사용 특성 분석
- 3-3. 플랫폼 간 비교 분석

4. 사용자 인식 실험 분석

- 4-1. 기술통계 결과
- 4-2. 매체 유형과 필터 색조 차이 분석

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

소셜미디어 플랫폼의 발전과 함께 시각 콘텐츠는 단순한 정보 전달 수단을 넘어 사용자 경험과 감정 인식을 구성하는 핵심적인 디자인 요소로 기능하고 있다. 특히 Instagram, TikTok, 샤오홍슈(小红书), 도우인(抖音)과 같은 플랫폼에서는 필터(Filter)가 단순한 이미지 보정 도구를 넘어 플랫폼 기반 시각 경험을 구성하는 디자인 언어로 확장되고 있다.

최근 소셜미디어에서는 필름 필터(Film Filter), CCD 스타일, 저채도 스타일, 빈티지 영상 스타일 등이 널리 확산되면서 ‘디지털 노스탤지어(Digital Nostalgia)’ 시각 표현이 더욱 활성화되고 있다. Boym은 노스탤지어를 과거의 회상이 아닌 감정과 시간 감각의 재구성 과정으로 설명하였다¹⁾ 디지털 미디어 환경에서 이러한 노스탤지어 감각은 필터, 필름 그레인, 색 바램, 저해상도 이미지 등의 시각 요소를 통해 재현되고 생산된다. 동시에 플랫폼에 따라 디지털 노스탤지어 시각 표현 역시 서로 다른 매체적 특성을 보인다. 이미지 중심 플랫폼의 필터는 정적인 미감과 시각적 통일성을 강조하는 반면, 숏폼 영상 플랫폼의 필터는 감정적 분위기, 영화적 연출, 몰입감 있는 경험을 더욱 강조한다.²⁾ 따라서 디지털 노스탤지어 시각은 단순한 스타일이 아니라 플랫폼의 매체 구조와 연결된 매개화된 시각 표현 방식으로 이해할 수 있다.

한편 모바일 미디어 환경에서는 콘텐츠 소비 방식 역시 변화하고 있다. 전통적인 시각 커뮤니케이션이 이미지 자체의 내용 전달에 집중하였다면, 현재의 소셜미디어 환경에서는 분위기, 시청 리듬, 감각적 경험이 더욱 중요해지고 있다. 특히 숏폼 플랫폼에서는 사용자가 빠른 스크롤과 연속적인 시청을 통해 정보를 소비하기 때문에, 시각 스타일은 짧은 시간 안에 감정과 분위기를 전달해야 한다. 이러한 과정 속에서 필터는 시각적 기억과 플랫폼 정체성을 강화하는 핵심적인 매체 요소로 기능하고 있다.

또한 플랫폼 내 시각 표현은 점차 ‘정서적 커뮤니케이션(affective communication)’의 성격을 띠고 있다. 사용자들은 단순히 이미지의 완성도를 높이기 위해 필

터를 사용하는 것이 아니라, 색조와 입자감, 빛의 분위기를 통해 특정 감정을 전달하고자 한다. 예를 들어, 따뜻한 색조의 필름 필터는 온기와 친밀감, 회상적 분위기를 강화하는 반면, 차가운 색조의 필터는 고요함, 거리감, 영화적 분위기를 형성하는 경향이 있다. 이러한 감정 중심의 시각 표현은 디지털 노스탤지어의 확산을 더욱 촉진하고 있다.

시각문화의 관점에서 볼 때, 소셜미디어의 필터 실천은 하나의 플랫폼 기반 미적 생산 과정으로 볼 수 있다. 플랫폼의 추천 알고리즘, 시청 방식, 콘텐츠 구조는 사용자의 노스탤지어 인식 방식에도 영향을 미친다. 사용자는 단순히 이미지를 소비하는 것이 아니라, 플랫폼 안에서 특정한 시각 스타일을 지속적으로 학습하게 된다. 따라서 디지털 노스탤지어는 과거 매체를 단순히 재현하는 것이 아니라, 플랫폼 메커니즘과 매체 경험, 감정 인식을 결합한 시각문화 실천이라고 할 수 있다.

그러나 기존의 디지털 노스탤지어 및 소셜미디어 시각문화 연구는 주로 향수 감정, 복고 미학, 플랫폼 문화 현상에 초점을 맞추고 있으며, ‘필터 시각’ 자체의 구성 방식과 매체 간 차이에 대한 분석은 상대적으로 부족한 상황이다. 특히 이미지 플랫폼과 숏폼 플랫폼이 공존하는 현재의 미디어 환경에서, 서로 다른 매체 형식이 필름 필터의 시각 표현에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 이러한 차이가 사용자 인식에 어떻게 작용하는지에 대한 실증적 연구는 아직 충분하지 않다.

이에 본 연구는 샤오홍슈와 도우인 플랫폼의 필름 필터 활용 사례를 연구 대상으로 설정하였다. 플랫폼 시각 콘텐츠 분석과 사용자 인식 실험을 통해 서로 다른 매체 환경에서 나타나는 디지털 노스탤지어 시각의 차이를 비교하고, 매체 유형과 필터 색조가 사용자들의 미적 인식, 감정 인식, 노스탤지어 인식에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 이를 통해 디지털 노스탤지어 연구에서 플랫폼 기반 시각 실천에 대한 논의를 확장하고, 소셜미디어 필터 디자인 및 시각 커뮤니케이션 연구에 기초적인 참고 자료를 제공하고자 한다.

이러한 맥락에서 본 연구는 디지털 노스탤지어 시각을 단순한 미적 현상이 아닌 플랫폼 기반 디자인 언어로 재해석함으로써, 소셜미디어 환경에서의 시각 커뮤니케이션 연구를 디자인학적 관점에서 확장하고자 한다.

1) Svetlana Boym, 『The Future of Nostalgia』, Basic Books, 2001, pp.7-9.

2) Abidin, C. ‘Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours’, Cultural Science Journal, vol.12, no.1, 2021, pp.77-103.

1-2. 연구 문제 및 설계

본 연구는 매체 유형(이미지/비디오)과 필터 색조(냉색/난색)를 주요 비교 조건으로 설정하고, 각 조건에 따른 사용자 인식 차이를 분석하기 위해 집단 간 비교 기반의 실험 설계를 활용하였다. 본 연구는 엄격한 요인 실험 설계라기보다는 실제 플랫폼 환경에서 나타나는 시각 경험 차이를 중심으로 한 준실험적 접근에 해당한다. 이에 따라 각 조건별 집단 간 차이를 분석하기 위해 비모수 검정(Mann-Whitney U test)을 적용하였으며, 이를 통해 매체 유형과 색조 조건이 사용자 인식에 미치는 개별적인 영향 관계를 검토하였다. 본 연구의 분석은 인과관계의 확정이라기보다 플랫폼 환경에 따른 사용자 경험의 경향성을 설명하는 데 그 목적이 있다.

1-2-1. 연구 문제

앞서 살펴본 문헌을 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

RQ1: 텍스트·이미지 플랫폼과 숏폼 비디오 플랫폼에서의 필름 필터는 뚜렷한 시각적 표현 차이를 보이는가?

RQ2: 서로 다른 매체 유형에서의 필름 필터는 기능적 위상의 차이를 보이는가?

RQ3: 매체 유형과 필터 색조는 사용자의 감정적 인식과 미학적 경험에 영향을 미치는가?

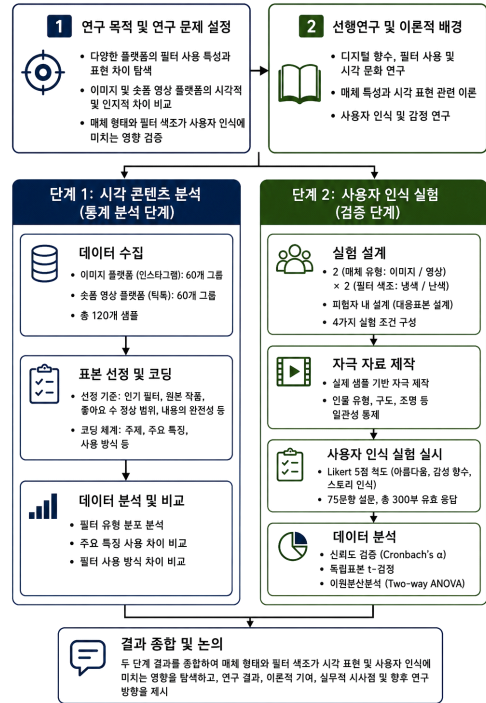
1-2-2. 연구 설계

다양한 매체 환경에서의 디지털 향수 시각 표현 매커니즘을 체계적으로 분석하기 위해 본 연구는 '시각적 콘텐츠 분석'과 '사용자 인식 실험'을 결합한 혼합 연구 방법을 활용하였다. 전체 연구 흐름은 [그림 1]과 같다.

본 연구의 전체 구조와 분석 경로를 보다 명확히 하기 위해 연구 흐름과 분석 방법을 [표 1]과 같다.

본 연구는 샤오홍슈와 도우인을 연구 대상으로 선정하였으며, 이는 두 플랫폼이 매체 구조와 시청 방식에서 차이를 보이기 때문이다. 샤오홍슈는 전형적인 텍스트·이미지 플랫폼으로서 정적인 이미지와 라이프스타일 미학을 강조하는 반면, 도우인은 전형적인 숏폼 비디오 플랫폼으로서 동적 서사와 몰입형 시청 경험을 중시하는 시각적 전달을 특징으로 한다. 플랫폼 콘텐츠 분석

단계에서는 'Film Filter', 'CCD', 'Vintage', '胶片滤镜' 등의 키워드로 검색하여 상호작용량이 높고 시각적 스타일이 명확하며 연구 주제에 부합하는 콘텐츠를 분석 대상으로 선정하였다. 최종적으로 샤오홍슈와 도우인 플랫폼에서 각각 60건의 유효한 샘플을 선정하여 총 120건의 시각적 콘텐츠를 분석하였다.



[그림 1] 연구 절차도

[표 1] 전통 당초문 표본 평가 결과표

연구 단계	연구 방법	연구 내용
플랫폼 콘텐츠 분석	콘텐츠 분석법	샤오홍슈와 도우인에서의 필름 필터 콘텐츠
시각적 코딩 분석	시각적 코딩법	필터 유형, 시각적 특성, 기능 분류
사용자 인식 실험	집단 간 비교 기반의 실험 설계	이미지/비디오 × 냉색/난색
데이터 통계 분석	SPSS 분석	기술통계와 비모수적 검정

코딩 기준의 일관성과 실천 가능성을 높이기 위해 본 연구는 '주 필터-부 특성-기능 유형'의 3단계 코딩 체계를 구축하고 시각적 참조 기준을 마련하였다. 전체 코딩 분류의 시각적 예시는 [그림 2]와 같다. [그림 2]는 시각적 콘텐츠 분석 과정에서 사용한 주요 필터 분류 기준을 보여준다. 주 필터 유형은 Warm, Cool, Low Saturation, Grain 등의 핵심 시각적 스타일을 포함하며, 부 특성은 Fade, Vignette, Light Leak, Blur 등의 보조적 시각적 요소를 의미한다. [표 2]와 같이 본 연구는 필름 필터의 시각적 요소를 주 필터 유형, 부 시각적 특성, 기능 표현의 세 가지 계층으로 구분하여 시각적 콘텐츠 분석의 구조화 수준을 높이고자 하였다.



[그림 2] 필름 필터 코딩 분류 예시

[표 2] 필름 필터 시각적 코딩 분류 기준

분류 계층	분류 내용	시각적 특성 설명
주 필터 유형	Warm	난색 톤, 복고 분위기, 낮은 차가움
	Cool	청록색 톤, 저색온, 절제감
	Low Saturation	저채도, 부드러움, 일상적 분위기
	Grain	그레인화, 필름 질감
부 특성 유형	Fade	퇴색 효과, 저대비
	Vignette	비네팅 효과
	Light Leak	빛샘 효과
	Blur	흐림 효과
기능 유형	Aesthetic	미학적 강화
	Emotional	감정 표현
	Narrative	서사 보조

매체 유형이 디지털 향수 시각 인식에 미치는 영향을 추가로 분석하기 위해 본 연구는 집단 간 비교 기반의 실험 설계를 채택하였으며, '매체 유형(이미지/비디오)'과 '필터 색조(냉색/난색)'를 두 가지 독립변수로 설정하였다. 실험은 총 네 가지 자극 재료 그룹으로 구성하였다. 냉색 이미지 그룹, 난색 이미지 그룹, 냉색 비디오 그룹, 난색 비디오 그룹이다. 각 그룹별 설문지는 75명의 응답자가 작성하여 총 300부의 유효한 설문지를 수집하였다.

설문지는 '미학적 인식', '감정적 인식', '서사적 인식'의 세 가지 차원을 중심으로 구성하였으며, 5점 리커트 척도를 적용하여 측정하였다. 매체 유형과 필터 색조가 사용자 인식에 미치는 영향을 보다 구체적으로 비교하기 위해 본 연구는 네 가지 실험 조건을 구축하였으며, 구체적인 실험 설계는 [표 3]과 같다.

[표 3] 실험 설계

실험 그룹	매체 유형	필터 색조	샘플 수
Group A	이미지	냉색 필터	75
Group B	이미지	난색 필터	75
Group C	비디오	냉색 필터	75
합계	-	-	300

2. 이론적 배경

2-1. 디지털 향수와 시각 문화

디지털 노스탤지어(Digital Nostalgia)는 디지털 미디어 환경에서 과거의 시각 스타일, 매체 기억, 시간 감각이 재생산되는 현상을 의미한다.³⁾ Davis는 노스탤지어의 본질을 감정적 기억 메커니즘으로 설명하며, 과거 경험에 대한 정서적 재구성이 핵심이라고 보았다.⁴⁾

소셜미디어 환경에서 디지털 노스탤지어는 필름 필터, CCD 스타일, 저해상도 이미지 등을 통해 시각적으로 표현되고 있다. 특히 TikTok과 Instagram에서는 복고 시각 스타일이 하나의 안정적인 플랫폼 미학으로 자리 잡고 있다.⁵⁾ 모바일 영상 기술과 플랫폼 기반 시각 커뮤니케이션의 발전과 함께 디지털 노스탤지어는 단순한 '복고 재현'을 넘어 보다 매체적인 시각 경험 방식으로 변화하고 있다. 전통적인 노스탤지어가 실제 역사적 매체와 물리적 기억에 기반하였다면, 디지털 노스탤지어는 알고리즘 추천, 플랫폼 필터, 시각 기호 체계를 통해 '과거의 감각'을 재구성하고 재생산하는 특징을 보인다. 즉, 사용자가 느끼는 노스탤지어는 반드시 실제 경험에서 비롯되는 것이 아니라, 플랫폼이 만들어낸 시각적 분위기와 매체적 상상에 의해 형성될 수 있다.

이 과정에서 필름 그레인, 저해상도 이미지, 라이트

리크(light leak), 색 바램 효과 등은 점차 '시간감'을 상징하는 시각 기호로 재해석되고 있다. 특히 젊은 세대의 경우 이러한 시각 스타일은 실제 필름 시대의 경험과 직접 연결되기보다, 소셜미디어를 통해 반복적으로 학습되고 모방되는 '포스트 메모리형 노스탤지어(post-memory nostalgia)'에 가깝다. 따라서 디지털 노스탤지어는 단순한 감정 기제가 아니라 플랫폼 기반 시각문화 현상으로도 이해할 수 있다. 시각문화 연구에서는 디지털 미디어 속 노스탤지어 표현이 콘텐츠 중심에서 감각 중심으로 이동하고 있다고 지적한다. 전통적인 서사 방식이 '과거 이야기' 자체를 강조하였다면, 현재 소셜미디어의 노스탤지어 시각은 분위기와 색조, 시청 경험을 더욱 중요하게 다룬다. 사용자들은 특정 시대를 재현하기 위해 복고 필터를 사용하는 것이 아니라, 느리고 부드러운 감정적 분위기를 형성하기 위해 활용하는 경우가 많다. 특히 숏폼 플랫폼에서는 영상 리듬, 배경음악, 필터 색조의 결합이 몰입감과 감정적 공감을 더욱 강화한다.

동시에 디지털 노스탤지어 시각은 플랫폼별 차이도 점차 뚜렷하게 나타나고 있다. 이미지 중심 플랫폼에서는 화면 구성과 색조 통일성, 라이프스타일 미학이 강조되는 반면, 영상 플랫폼에서는 움직임, 감정 분위기, 시간 흐름감이 더욱 중요하게 작동한다. 이는 디지털 노스탤지어가 고정된 시각 스타일이 아니라, 매체 구조와 플랫폼 시청 방식에 따라 지속적으로 변화하는 시각 표현 방식을 보여준다. 일부 중국 연구에서는 샤오홍슈와 도우인의 복고 필터가 청년 사용자들의 감정 표현과 정체성 형성에 중요한 시각적 수단으로 기능하고 있다고 분석하였다.

2-2. 소셜 미디어 플랫폼과 필터 미학

Manovich는 소셜 미디어의 시각 문화가 '플랫폼화된 미학(Platform Aesthetics)'의 특징을 점차 형성하고 있다고 지적하였다.⁶⁾ 플랫폼마다 시각적 콘텐츠는 매체 구조, 알고리즘 메커니즘, 사용자의 시청 방식의 영향을 받게 된다.

최근 TikTok 시각문화 연구에서는 숏폼 플랫폼의 필터가 단순한 시각 보정 기능을 넘어 감정 표현과 몰입형 서사의 중요한 요소로 작동하고 있다고 지적한다.⁷⁾ 동시에 필터 미학(Filter Aesthetics) 역시 디지털

3) Davis, F. 『Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia』, New York, Free Press, 1979, pp.1-12.

4) Niemeyer, K. 『Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future』, Palgrave Macmillan, 2014, pp.31-35.

5) Liu, D, Tao, Y. 'The siege of short videos: "Visual implosion" and the alienation of viewing', Modern Communication, vol.46, no.1, 2024, pp.1-12.

6) Lev Manovich, 『Cultural Analytics』, MIT Press, 2020, pp.32-40.

7) Abidin, C. 'Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility

털 시각 연구의 주요 주제로 주목받고 있다. 복고 필터의 입자감, 색 배합, 라이트 리크 효과는 이미지 속 '현실감'과 '시간감'을 강화하는 역할을 한다.⁸⁾

소셜미디어 플랫폼 간 시각 경쟁이 심화되면서 필터는 단순한 보정 도구를 넘어 플랫폼 시각문화의 핵심 요소로 변화하고 있다. 특히 Instagram, TikTok, 샤오홍슈, 도우인과 같은 플랫폼에서 필터는 이미지 스타일 뿐 아니라 감정 표현, 자기 정체성 표현, 콘텐츠 서사 구성에도 적극적으로 활용되고 있다. 즉, 각 플랫폼의 필터 시스템은 서로 다른 매체 환경의 시각 커뮤니케이션 방식을 반영하고 있다.

이미지 중심 플랫폼의 필터 미학은 시각적 통일성과 지속적인 관람 경험을 중요하게 여긴다. 사용자들은 통일된 색조와 저채도 스타일, 부드러운 입자감을 통해 계정 전체의 분위기를 유지하고자 한다. 이러한 방식은 정적인 미감 관리에 가까우며, 이미지 간 조화와 라이프스타일 표현을 강조한다. 따라서 샤오홍슈와 같은 플랫폼의 복고 필터는 일상성, 편안함, 세련된 감성 표현에 더 많이 활용되는 경향이 있다.

반면 숏폼 플랫폼의 필터 미학은 감정 분위기와 몰입 경험을 더욱 강조한다. 영상 콘텐츠는 시간성과 움직임을 포함하기 때문에 필터 역시 정적인 시각 보정을 넘어 영상 리듬과 감정 흐름, 서사 분위기 형성에 관여하게 된다. 예를 들어 따뜻한 색조의 필터는 온기와 화상감, 친밀감을 강화하며, 차가운 색조의 필터는 거리감이나 영화적 분위기를 형성하는 데 사용된다. 이러한 색조 변화는 영상 움직임과 배경음악과 결합되면서 사용자 감정 인식에 더욱 강하게 작용한다.

또한 플랫폼 알고리즘은 특정 필터 스타일의 확산을 더욱 강화한다. 특정 복고 스타일이 높은 반응을 얻을 경우, 유사한 시각 콘텐츠가 반복적으로 추천되면서 안정적인 시각 모방과 미적 확산 현상이 형성된다. 장기적으로 볼 때 필터는 단순한 개인 편집 도구를 넘어 플랫폼 시각문화 속 '감정 템플릿(emotional template)'으로 기능하고 있다. 사용자는 특정 필터 스타일을 통해 감정 분위기를 빠르게 전달하며, 플랫폼 상호작용 속에서 공통된 시각 인식을 형성하게 된다.

따라서 오늘날 소셜미디어의 필터 미학은 전통적인 사진 보정 기능을 넘어, 플랫폼 메커니즘과 감정 표현,

매체 서사가 결합된 복합적인 시각 표현 방식으로 발전하고 있다. 한국의 관련 연구에서는 디지털 시각 콘텐츠 속 감성 디자인 요소가 사용자 몰입 경험과 감정 인식에 유의미한 영향을 미치며, 이는 다시 미디어 참여 행동으로 이어질 수 있다고 설명하고 있다.⁹⁾

동시에 teamLab 미디어아트 공간 연구에서는 몰입형 시각 환경 속 공간 분위기와 빛의 변화, 감각적 경험이 사용자들의 정서적 몰입과 시각적 몰입감을 더욱 강화할 수 있다고 분석하였다.¹⁰⁾

3. 연구 분석

3-1. 샤오홍슈 텍스트·이미지 필름 필터 사용 특성 분석

샤오홍슈 플랫폼의 필름 필터는 주로 Low Saturation과 Cool의 두 가지 스타일에 집중되어 있다. 전체적인 시각적 표현은 저대비, 저채도, 경미한 그레인화의 특징을 보이며, 통일된 색조를 통해 부드럽고 절제되며 일상적인 시각적 분위기를 조성한다. 샤오홍슈 플랫폼의 필터 사용 특성을 구체적으로 분석하기 위해 본 연구는 주 필터 유형과 상호작용 데이터에 대한 통계적 분석을 실시하였으며, 전체 결과는 [그림 3]과 같다.

[그림 3(a)]에서 보듯이 Low Saturation 필터가 전체 샘플에서 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 이는 저채도 스타일이 텍스트·이미지 플랫폼의 핵심적인 향수 시각 표현 방식으로 자리 잡았음을 의미한다.

[그림 3(b)]는 Low Saturation 필터가 평균 좋아요 수에서도 가장 높은 값을 기록했음을 보여준다. 이는 사용자들이 저채도, 저대비, 경미한 그레인화의 시각적 스타일에 상당한 선호도를 보인다는 것을 시사한다.

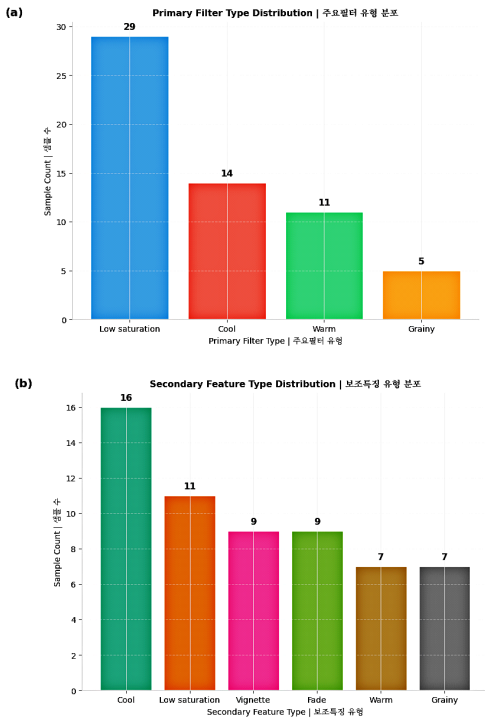
종합적으로 볼 때 텍스트·이미지 플랫폼의 디지털 향수 시각은 정적인 미학과 스타일의 통일성을 강조하며, 그 핵심 로직은 '시각적 분위기 구축'에 가깝다고 할 수 있다.

Labours', Cultural Science Journal, vol.12, no.1, 2021, pp.77-103.

8) Manovich, L., 『Instagram and contemporary image』, Self-published, 2017, pp.10-18.

9) Manovich, L., 『Instagram and contemporary image』, Self-published, 2017, pp.154-166.

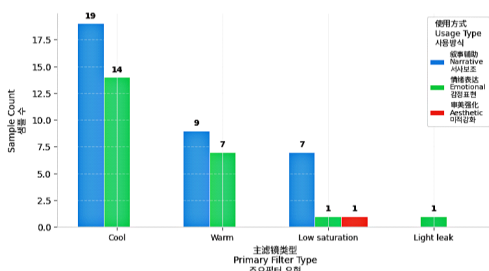
10) Cha, S. H. 'The Relationship between Emotional Design Elements, Immersiveness, and Intention of Action in AR Exhibition Contents', Journal of the Korea Contents Association, vol.23, no.8, 2023, pp.452-469.



[그림 3] 사오홍슈 플랫폼 필름 필터 데이터 분석

3-2. 도우인 비디오 필름 필터 사용 특성 분석

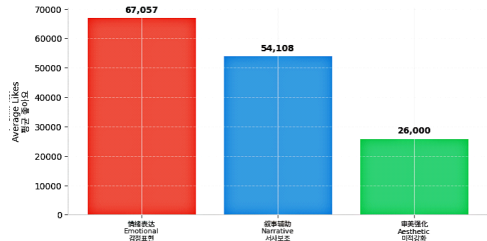
텍스트·이미지 플랫폼과 비교할 때 도우인 플랫폼의 필름 필터는 감정적 분위기와 영화적 표현을 더욱 강조한다. 전체적인 시각적 스타일은 동적 촬영, 색온 변화, 리듬적 서사에 더욱 의존하는 특징을 보인다. 도우인 플랫폼의 필터 사용 방식과 상호작용 특성을 보다 구체적으로 분석하기 위해 본 연구는 주 필터 유형, 사용 기능, 상호작용 데이터에 대한 교차 분석을 실시하였으며, 전체 결과는 다음과 같다.



[그림 4] 도우인 플랫폼 필름 필터 교차 분석

[그림 4]에서 보듯이 Cool과 Warm 필터는 주로 'E

motional(감정 표현)'과 'Narrative(서사 보조)' 기능에 집중되어 있다. 이는 숏폼 비디오 플랫폼의 필름 필터가 감정적 분위기와 콘텐츠 서사의 중요한 구성 요소로 기능하고 있음을 보여준다.



[그림 5] 도우인 플랫폼 사용장식 분석

또한 [그림 5]는 Emotional 유형이 평균 좋아요 수에서 가장 높은 값을 기록했음을 보여준다. 이는 사용자들이 감정적 분위기와 몰입감을 지닌 동적 시각적 콘텐츠에 보다 쉽게 상호작용을 한다는 것을 의미한다.

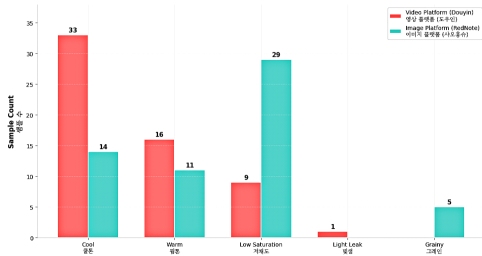
종합적으로 볼 때 비디오 플랫폼의 디지털 향수 시각은 동적 분위기 구축에 더욱 의존하며, 그 핵심 로직은 '몰입형 감정 경험'에 가깝다고 할 수 있다.

3-3. 플랫폼 간 비교 분석

텍스트·이미지 플랫폼과 비디오 플랫폼의 데이터 결과를 종합하면, 디지털 향수 시각은 서로 다른 매체 환경에서 기능적 위상의 뚜렷한 차이를 보인다. 플랫폼 간의 필름 필터 사용 특성을 보다 구체적으로 비교하기 위해 본 연구는 텍스트·이미지 플랫폼과 비디오 플랫폼의 주 필터 유형과 사용 기능에 대한 종합 비교를 실시하였으며, 결과는 [그림 5]와 같다.

[그림 6]에서 보듯이 텍스트·이미지 플랫폼은 Low Saturation과 Cool 유형의 필터를 선호하는 반면, 비디오 플랫폼은 Warm과 Cool 유형의 필터에 더욱 의존한다. 텍스트·이미지 플랫폼에서 필터 기능은 주로 'Aesthetic(미학적 강화)'에 집중되는 반면, 비디오 플랫폼에서 필터 기능은 'Emotional(감정 표현)'과 'Narrative(서사 보조)'에 더 많이 집중된다.

이러한 결과는 디지털 향수 시각이 고정된 시각적 스타일이 아니라, 매체 구조와 플랫폼 로직이 공동으로 작용하는 매개화된 시각 표현 메커니즘임을 보여준다.¹¹⁾



[그림 6] 텍스트-이미지 플랫폼과 비디오 플랫폼 필터 비교 분석

4. 사용자 인식 실험 분석

본 연구에서 사용된 ‘미학적 인식’, ‘서사적 인식’, ‘감정적 인식’은 기존 시각문화 및 사용자 경험 연구를 기반으로 구성된 5점 리커트 척도 문항을 통해 측정되었다. 각 변수는 선행연구에서 반복적으로 활용된 개념을 바탕으로 조작적 정의를 수행하였으며, 미학적 인식은 시각적 조형성과 스타일 일관성에 대한 평가, 서사적 인식은 시각 콘텐츠가 전달하는 이야기 구조에 대한 인식, 감정적 인식은 시각 자극이 유발하는 정서적 반응 수준으로 정의하였다.

또한 측정 도구의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 계수를 분석하였으며, 모든 변수에서 .80 이상의 값을 보여 높은 내적 일관성을 확보하였다. 이는 본 연구에서 사용된 측정 도구가 사용자 인식을 안정적으로 측정할 수 있음을 의미한다.

4-1. 기술통계 결과

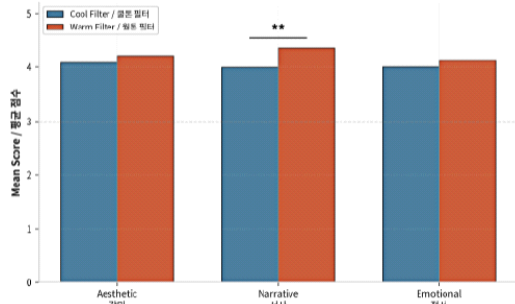
매체 유형과 필터 색조가 사용자 인식에 미치는 영향을 분석하기 위해 본 연구는 네 그룹의 실험 데이터에 대해 기술통계와 비모수적 차이 검정을 실시하였다.

[표 4]는 비디오 그룹이 미학적 인식, 서사적 인식, 감정적 인식의 세 가지 차원에서 모두 이미지 그룹보다 높은 평균 점수를 기록했음을 보여준다. 특히 난색 비디오 그룹은 서사적 인식과 감정적 인식 차원에서 가장 높은 평균값을 얻었으며, 냉색 이미지 그룹은 정적인 미학과 절제된 분위기 측면에서 상대적으로 두드러진 특성을 보였다.

[표 4] 각 실험 그룹 시각적 인식 기술통계 ($M \pm SD$)

그룹	n	미학적 인식	서사적 인식	감정적 인식
이미지 냉색	75	3.29 ± 1.20	3.29 ± 1.11	3.33 ± 1.03
이미지 난색	75	3.46 ± 1.11	3.93 ± 0.96	3.44 ± 1.03
비디오 냉색	75	4.08 ± 0.88	3.99 ± 0.89	4.00 ± 0.90
비디오 난색	75	4.21 ± 0.78	4.35 ± 0.76	4.13 ± 0.84
이미지 전체	150	3.38 ± 1.15	3.61 ± 1.08	3.39 ± 1.03
비디오 전체	150	4.15 ± 0.83	4.17 ± 0.84	4.07 ± 0.87

[표 4]는 비디오 그룹이 미학적 인식, 서사적 인식, 감정적 인식의 세 가지 차원에서 모두 이미지 그룹보다 높은 평균 점수를 기록했음을 보여준다. 특히 난색 비디오 그룹은 서사적 인식과 감정적 인식 차원에서 가장 높은 평균값을 얻었으며, 냉색 이미지 그룹은 정



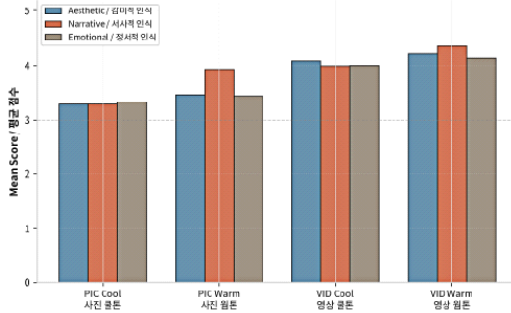
[그림 7] 영상 매체 비교

적인 미학과 절제된 분위기 측면에서 상대적으로 두드러진 특성을 보였다. [그림 6]은 서로 다른 실험 그룹의 사용자 인식 차원별 평균값 비교 결과를 보여준다.

[그림 7]과 같이 실험 조건별 사용자 인식에는 일정한 차이가 나타났다. 특히 영상 매체의 전체 평균 점수는 사진 매체보다 높게 나타났으며, 그중 워밍 영상 조건에서 심미성, 서사성, 정서성 인식이 가장 높게 나타

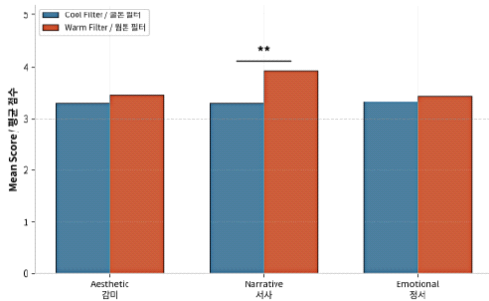
11) Marshall McLuhan, 『Understanding Media: The Extensions of Man』, MIT Press, 1994, pp.7-12.

났다. 이는 동적 영상이 정적 이미지보다 디지털 노스탤지어의 몰입감과 감정 분위기를 더욱 강화할 수 있음을 보여준다. 또한 워몬 필터는 모든 매체 조건에서 상대적으로 높은 정서 반응을 보였으며, 색조 변화가 복고 시각 경험의 감정 인식에 영향을 미친다는 점을 확인할 수 있다.



[그림 8] 실험 조건별 기술 통계

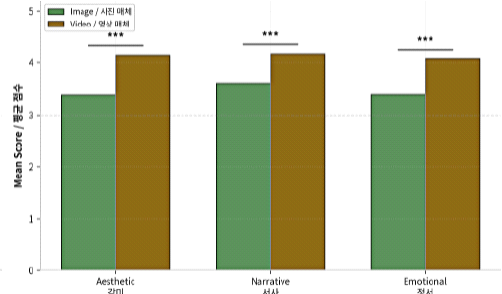
[그림 8]와 같이 사진 매체에서는 워몬 필터가 쿨톤 필터보다 심미성, 서사성, 정서성 인식에서 모두 높은 점수를 보였다. 특히 서사성 인식 차이가 가장 크게 나타났다. 통계적으로도 유의한 결과를 보였다. 이는 워몬 필터가 정적 이미지 환경에서 일상적 분위기와 회상 감각을 더욱 효과적으로 형성하며, 사용자들의 이야기성 및 감정 흐름 인식을 강화한다는 점을 보여준다. 반면 쿨톤 필터는 상대적으로 차분하고 거리감 있는 분위기를 형성하는 경향을 보였다.



[그림 9] 사진 매체 비교

[그림 9]와 같이 영상 매체에서도 워몬 필터의 평균 점수가 전반적으로 쿨톤 필터보다 높게 나타났다. 특히 서사성 인식 영역에서 뚜렷한 차이가 확인되었다. 이는 동적 영상 환경에서 워몬 색조가 감정 분위기와 시간 흐름감을 더욱 효과적으로 강화하며, 콘텐츠의 이야기성 인식을 높인다는 점을 의미한다. 또한 영상 속 화면

움직임과 배경 분위기는 필터 색조가 전달하는 정서 효과를 더욱 확대시키는 것으로 볼 수 있다.



[그림 10] 매체 유형 비교

[그림 10]와 같이 영상 매체는 심미성, 서사성, 정서성 인식 모든 영역에서 사진 매체보다 높은 평균 점수를 보였으며, 모두 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다. 이는 동적 매체가 정적 이미지보다 몰입형 시각 경험을 형성하는 데 더 효과적이며, 디지털 노스탤지어의 감정 전달과 분위기 인식을 강화할 수 있음을 보여준다. 특히 숏폼 플랫폼 환경에서는 연속적인 시청 리듬과 필터 분위기의 결합이 복고 시각 콘텐츠에 대한 사용자 몰입을 더욱 높이는 것으로 이해할 수 있다.

4-2. 매체 유형과 필터 색조 차이 분석

매체 유형과 필터 색조가 사용자 인식에 미치는 영향을 보다 구체적으로 분석하기 위해 본 연구는 Mann-Whitney U 검정을 활용하여 서로 다른 실험 그룹 간의 차이를 분석하였으며, 결과는 [표 5]와 같다.

추가적인 Mann-Whitney U 검정 결과를 살펴보면, 필터 색조는 미학적 인식과 감정적 인식에 유의미한 영향을 미치지 않았으나, 서사적 인식 차원에서는 난색 필터가 이미지와 비디오 매체 모두에서 유의미하게 더 높은 평가 결과를 보였다($p < .01$).

또한 매체 유형은 미학적 인식, 서사적 인식, 감정적 인식 모두에서 유의미한 영향을 미쳤다($p < .001$). 비디오 그룹이 세 차원 모두에서 이미지 그룹보다 유의미하게 높은 점수를 기록하였으며, 이는 동적 영상이 정적인 이미지에 비해 사용자의 몰입 경험과 감정적 공감을 더 쉽게 강화한다는 것을 의미한다.

이러한 결과는 디지털 향수 시각이 필터 스타일 자체만으로 결정되는 것이 아니라, 매체 구조, 시간적 차원, 동적 서사 메커니즘이 공동으로 작용한다는 사실을

보여준다.

[표 5] Mann-Whitney U 검정 결과

비교 그룹	변수	U값	p값	효과량 r	결과
이미지 냉색 vs 난색	미학적 인식	2586.50	.392	.069	유의하지 않음
이미지 냉색 vs 난색	서사적 인식	1863.50	<.001	.291	유의함
이미지 냉색 vs 난색	감정적 인식	2654.50	.548	.048	유의하지 않음
비디오 냉색 vs 난색	미학적 인식	2608.00	.431	.063	유의하지 않음
비디오 냉색 vs 난색	서사적 인식	2112.00	.007	.215	유의함
비디오 냉색 vs 난색	감정적 인식	2593.50	.399	.067	유의하지 않음
이미지 전체 vs 비디오	미학적 인식	6929.00	<.001	.332	유의함
이미지 전체 vs 비디오	서사적 인식	7799.00	<.001	.265	유의함
이미지 전체 vs 비디오	감정적 인식	7080.00	<.001	.320	유의함

플랫폼 분석 결과와 사용자 실험 결과를 종합하면, 매체 구조는 디지털 향수 시각의 표현 방식과 사용자 인식 경로에 추가적인 영향을 미친다.

텍스트-이미지 플랫폼의 디지털 향수 시각은 정적인 미학과 시각적 통일성을 강조하는 반면, 비디오 플랫폼의 디지털 향수 시각은 동적 서사, 감정적 분위기, 몰입형 경험에 더욱 의존한다.

뿐만 아니라 난색 필터가 서사적 인식 차원에서 보인 유의미한 결과는 디지털 향수 시각이 단순한 '스타

일 모방'에서 '감정의 매개화된 표현'으로 전환되고 있음을 추가로 설명해준다. 이러한 경향은 최근 TikTok 시각 문화 연구에서 강조하는 '분위기화된 시각적 전달'과 일맥상통한다.

본 연구의 분석 결과는 특정 조건에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났음을 의미하지만, 이를 모든 시각 콘텐츠 환경에 일반화하는 데에는 한계가 존재한다. 따라서 본 연구의 결과는 디지털 노스탤지어 시각 경험의 경향성을 설명하는 수준에서 해석되어야 하며, 절대적인 효과로 단정하기보다는 매체 및 플랫폼 조건에 따른 상대적 차이로 이해하는 것이 적절하다.

5. 결론

본 연구는 샤오홍슈와 도우인 플랫폼에서의 필름 필터 실천을 연구 대상으로 삼아, 플랫폼 콘텐츠 분석과 사용자 인식 실험을 통해 서로 다른 매체 환경에서의 디지털 향수 시각 표현 차이를 비교 분석하였다.

연구 결과, 텍스트-이미지 플랫폼의 디지털 향수 시각은 정적인 미학과 스타일의 통일성을 강조하는 반면, 비디오 플랫폼의 디지털 향수 시각은 감정적 분위기와 동적 서사에 더욱 의존한다. 또한 사용자 실험 결과를 통해 비디오 매체와 난색 필터가 사용자의 몰입감과 감정적 공감을 더 쉽게 강화한다는 사실도 확인되었다.

본 연구는 디지털 향수 시각이 고정된 시각적 스타일이 아니라, 매체 구조, 플랫폼 로직, 사용자의 시청 방식이 공동으로 작용하는 매개화된 시각 표현 메커니즘임을 주장한다.

본 연구의 한계는 주로 샘플 규모와 플랫폼 범위가 상대적으로 제한적이라는 점에 있다. 향후 연구에서는 서로 다른 국가와 플랫폼에서의 디지털 향수 시각 비교 연구를 추가로 확장할 필요가 있다.

본 연구의 가장 중요한 학문적 기여는 디지털 노스탤지어 시각을 단순한 스타일 현상이 아닌 '플랫폼 기반 디자인 언어(Platform-based Design Language)'로 해석했다는 점이다. 특히 필름 필터를 단순한 시각 효과가 아니라 감정, 서사, 미학적 경험을 구성하는 디자인 요소로 재정의함으로써, 소셜미디어 환경에서의 시각 커뮤니케이션을 디자인학적 관점에서 확장하였다.

참고문헌

1. Abidin, C. 'Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours', *Cultural Science Journal*, 2021
2. Cha, S. H. 'The Relationship between Emotional Design Elements, Immersiveness, and Intention of Action in AR Exhibition Contents', *Journal of the Korea Contents Association*, 2023
3. Davis, F. 『Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia』. New York, Free Press, 1979
4. Lev Manovich, 『Cultural Analytics』, MIT Press, 2020
5. Lev Manovich, 『Instagram and Contemporary Image』, self-published, 2017
6. Liu, D. Tao, Y. 『The siege of short videos: "Visual implosion" and the alienation of viewing』, *Modern Communication*, 2024
7. Manovich, L. 『Instagram and contemporary image』, Self-published, 2017
8. Marshall McLuhan, 『Understanding Media: The Extensions of Man』, MIT Press, 1994
9. Niemeyer, K, 『Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future』, Palgrave Macmillan, 2014
10. Song, S. W. Min, K. H. 'A Study on the Characteristics of Immersive Spatial Representation in teamLab's Media Art', *Korea Institute of Design Research Society*, 2023
11. Svetlana Boym, 『The Future of Nostalgia』, Basic Books, 2001