

300자로 hipshot 섭취하는 스낵뉴스

“영원히 어릴 순 없나요?”

‘네버랜드 신드롬’

나이 들기를 거부하고 계속 젊게 지내고 싶어 하는 어른들의 심리를 일컫는 ‘네버랜드 신드롬’이 열풍이다.

과거 부정적인 취급을 받던 피터팬 증후군과는 달리, 뉴트로 등처럼 젊은 소비자들의 감성을 자극하는 문화가 생성되면서 빠르게 확산세를 타고 있다. 서울대학교 소비트렌드분석센터에서는 올해 초 이를 ‘2023 코리아 소비 트렌드’로 뽑기도 했다.

네버랜드 신드롬이 자리 잡게 된 건 과거와 달리 개인의 취향이 중요시되면서 아이와(Kid) 어른(Adult)의 합성어인 키덜트를 향한 부정적인 인식이 개선되면서 나타난 결과다. 어른을 거부하는 키덜트 현상이 하나의 유행처럼 번지게 되고, 아련한 추억이 떠오른 성인들은 이와 관련된 문화·경제적 소비를 하게 되는 것이다. 이는 2030 세대를 중심으로 SNS 등을 통해 급속도로 전파됐다.

가장 대표적으로 핸드백에 다양한 키링을 달고 다니는 것이 유행이다. 과거 학창시절 백팩에 달고 다녔던 귀여운 인형들을 성인이 된 이후에는 명품백에 착용하고 다니는 것이다.

실제 뉴진스·블랙핑크 등 유명 가수들이 SNS에 ‘키링 인증샷’을 올리면서 한때 해당 인형이 ‘품질 현상’까지 겪기도 했다. 이마트의 통계에 따르면, 상반기 토이 키링 매출은 전년 동기 대비 약 160% 증가한 것으로 나타났다. 구입 연령층 순위는 30대·40대·20대·10대 순이었다.

디올 등 명품 브랜드는 캐릭터 업계와 키링 콜라보로 제품을 출시하기도 했다. 이에 대해 한 사회심리학 전문가는 “네버랜드 신드롬은 사회 부정·현실 도피가 아닌, 좀 더 젊게 사려는 사람들의 심리가 묻혀 발생한 현상”이라며 “인간의 생이 늘어나면서 앞으로 ‘청년기 연장 현상’은 더욱 주요 이슈로 자리잡을 것”이라고 전했다.



↑ 모남희 블핑이 키링



#SnackNews #네버랜드신드롬 #정성현기자 #최홍은편집디자인

← 명품 브랜드 루이비통 키링

↓ 명품 브랜드 보테가 키링

↓ 매드베어 핸드백 인형 키링

↑ 젤리켓 키링



호남 최고 정론지 전남일보

PC와 모바일에서 만나 보세요

www.jnilbo.com
m.jnilbo.com
facebook.com/jnilbo
구독문의 (062) 510-0471
광고문의 (062) 512-0100



전일광장 정상연 전남과학대 겸임교수·문화학 박사

무(無)에서 유(有)를 창출하는 호기심의 비밀

문화예술의 시작은 인간의 호기심(好奇心)에서 시작됐다. 기독교 성경 창세기에 의하면 하나님이 아담과 하와에게 “선과 악을 알게 하는 나무 열매는 절대로 따먹지 말라. 그것을 따먹는 날, 반드시 죽는다”라고 경고를 했다. 하지만 호기심 많은 하와는 뱀의 유혹에 넘어가 선악을 구별하는 열매를 먹고 만다. 죽음도 하와의 호기심을 막지 못했던 것이다. 인간의 역사는 이러한 호기심에서 비롯되었다해도 과언은 아닐 것이다.

호기심을 사전에서는 ‘새롭고 신기한 것을 좋아하거나 모르는 것을 알고 싶어 하는 마음’이라고 설명한다. 어떤 것을 꼭 알고 싶어 하는 마음, 궁금해 하고, 이유나 과정에 의문을 갖고 끊임없는 질문과 답을 찾기 위한 속고와 노력은 혁신이라는 오늘의 문화와 예술을 만들어 낸 것이다. 아인슈타인(A. Einstein, 1879~1955)은 “나는 천재가 아니다. 다만 호기심이 많을 뿐이다”라고 말했다고 한다.

‘알고자 하는 욕망, 저 산 너머에는 무엇이 있을까?’에서 시작한 인간의 호기심은 ‘저 달에는 정말 토끼가 살고 있을까?’라는 위대한 궁금증을 만들어냈고, 드디어 1969년 7월 20일 아폴로 11호가 달 표면에 안착하게 됐다. 인간의 끊임없는 호기심은 먹고사는 기본적 욕구충족과 생존의 차원을 넘어서 인간 존재성에 대한 자문이며 형이상학적 실천이다.

이러한 인간의 열정적인 호기심이 수많은 과학자와 예술가를 비롯한 창의적인 인간을 만들어냈고 오늘날은 ‘혁신’이란 이름으로 세상을 변화시키고 있다. 특히 영적 에너지를 만들어내는 예술가들은 끊임 없는 자기 고뇌와 갈등 그리고 연민을 통해서 단순 생물학적 인간(Homo)을 감동하는 사람으로 탈바꿈시킬 수 있는 영감을 생산하고 있다.

1952년 8월 29일, 뉴욕 주 우드스톡의 매버릭 콘서트홀에서 공연된 존 케이지(J. Cage, 1912~1992)의 ‘4분 33초’는 우리에게 침묵 즉, 없음을 곧 있음으로 표현하는 이정표를 남겼다. 연주자는 의자에 앉아 피아노 뚜껑을 열고 악보를 펼쳐

지만 4분 33초가 다 될 때까지 피아노 건반은 건드리지 않았다. 시간이 지남에 따라 뚜껑을 3번 여닫기만 하다가 자리에서 일어나 무대 뒤로 사라졌다.

당시 관객들의 비난과 수많은 논쟁을 불러 일으켰지만, 케이지는 “내 작품에는 음악은 없지만 우발적인 소리들로 꽉 차 있다”고 주장했었다. 우연적 요소를 통해서 새로운 음악의 개연성을 만들어 낸 그는 당시 유럽 음악가들에게 지대한 영향을 미쳤고 오늘날에도 그의 행적은 새로운 음악의 표상이 되고 있다.

1917년 마르셀 뒤샹(M. Duchamp, 1887~1968)은 평범한 남성소변기에 ‘샘’이란 이름을 붙이고 보통의 소변기를 특별한 예술작품으로 거듭나게 했다. 당시 많은 사람들은 “이러한 것도 예술이 되는가?”라고 질문을 던지며 혹평을 했지만, 그는 기성품인 소변기에 ‘예술’이라는 색다른 의미를 부여함으로써 20세기 미술의 전환기를 만들어 낸 것이다.

창발자들의 상상은 끝이 없는 창공을 작은 손바닥에 올려놓을 수도 있으며, ‘무’에서 ‘유’를 만들어 내는 신적인 능력을 발휘하곤 한다. 그리하여 역사는 발전하고 진보하고 있으며 오늘의 시·공간에 답하고 있는 것이다.

호기심은 눈에 보이지도 않고, 손에 만져지지도 않으며, 냄새를 맡을 수 없는 심오한 곳에서부터 시작된다. 호기심이란 이름의 예술작품들은 수치나 도식으로 나타낼 수 있는 정형의 틀이 아니다. 그래서 예술은 정답은 없다. 그때그때 상황에 마음이 가는 데로, 마음이 정하는 데로 답을 찾아가는 것이다. 그래서 예술은 단순 미메시스(mimesis)가 아닌 영감의 표현이라 하는 것이다.

우리의 작은 호기심에서 시작한 상상의 나라는 세상을 변화시킬 것이며 위대한 문화와 예술로 거듭날 것이다. 지금부터 그 비밀의 문을 우리가 다같이 열어보자.

광주사람들 인스타 @peopleofgwangju

롯데시네마 총창로관
HAPPY MEMORIES
롯데시네마 총창로관
▶ 전 편 전연가독 리플라니니 쇼퍼석 (키워드:보유)
▶ 단체 및 대관문의 1544-8855 ▶ 스톤다마켓 총창로점 062-222-7733

롯데시네마 총창로관
1관 범죄도시3
2관 플래시
3관 가디언즈 오브 갤럭시:Volume 3 분노의 질주:라이드 오어 다이 인어공주
4관 엘리멘탈
5관 트랜스포머:비스트의 서막
6관 범죄도시3
7관 범죄도시3
8관 범죄도시3
9관 엘리멘탈
광주광역시 동구 총창로안길 12

범죄도시3
시원하게 싸들어버린다
5월 31일 극장 대개봉
엘리멘탈
5월 19일 극장 대개봉

보약, 홍삼은 40년 오직 한 길! 북교당한약방
미세먼지(기관지 보호) 예방식품
도라지 오미자 삼백초 한 박스 50포 5만원
6년근 홍삼 100% 60포 ▶▶ 15만원(주문판매)
※홍삼 검사품 생산지 직거래로 저렴합니다 농협 653-1200-3100(예금주 박주환)
무릎 관리 / 활기찬 삶! 산수유두충 60포 ▶▶ 12만원
광주광역시 서구 화정동 776-12(광주새우리병원 건너편 2층) ☎ 062)369-9227
天下보다 귀한 생명!
성인병·노화방지는 적절한 운동과 마음의 평안, 음식조절입니다.