

젠틀몬스터는 안경과 상관없는 전시를 왜 하는 건가요?

하하, 그렇게 생각할 수 있지. 그런데 내가 보기에, 젠틀몬스터를 만든 김한국 대표는 감성적인 것 같으면서도 매우 논리적인 스타일이야. 전시물에도 당연히 의도가 있어.

김한국 대표는 원래 영어교육업체에서 신규 사업을 담당했는데, 이런저런 신사업 아이디어를 내다가 안경사업을 시작했대. 그런데 나름대로 정성껏 만들었는데 시장에 나오니 수많은 안경과 차별점이 없는 거라. 잘 아는 인플루언서 형에게 부탁해도 인스타그램에 안 올려주더라, 안 예쁘다고. 빅 브랜드도 아니고 1년이면 수십 개씩 나오는 수많은 안경 브랜드 중 하나이니, 인플루언서의 영향력으로도 잘되기는 어려웠겠지.

매출이 부진을 면치 못하자 김한국 대표는 ‘인간은 왜 그렇게 행동하는가?’에 대한 답을 찾기 위해 석 달 동안 경제학, 마케팅, 심리학, 사회학 책을 100권이나 읽었다더라. 속독이 아니라 정독을 하려니 마음이 흔들릴까 봐 옆에다 칼을 놔두고, 하루에 한 권씩 읽지 못하면 그 칼로 팔을 자른다는 독한 마음으로 읽었대.

느낀 바가 많았겠지만 한마디로 정리하면, 사람은 누구나 자기 안에 지금과 다르게 살고자 하는 욕망이 있고, 자신에게도 그런 욕망이 가득하더라는 거야. 자기 안에 뭔가 몬스터적인 욕망이 있기는 한데, 겉으로의 삶은 젠틀해야 하잖아. 젠틀하게 살긴 해도 내면에 감춰진 몬스터적 욕망을 표출하게 하자고 만든 게 ‘젠틀몬스터’라는 거지.

참 멋진 혜안이야. 이걸 심리적으로 해석해보면, 프로이트는 사람의 정신을 세 가지 층위로 구분했잖아. 인간의 가장 깊은 내면에 있는 것이 이드(id). 이것은 생존본능으로, 공격본능(aggressive motive)과 성욕본능(libidinal motive)을 뜻해. 먹고