

LIVING AND ENVIRONMENT



나를 둘러싼
환경에 해가 되지 않는

좋은 삶

<매거진 N>은 더 나은 세상을 만들기 위해 다양한 생각을 탐색하는 라이프스타일 계간지입니다. 우리는 쾌적한 일상의 가치를 탐구하고, 다양한 생활환경과 도시환경 그리고 소중한 지구환경 그 이상의 이야기를 유연하고 담백하게 풀어냅니다. <매거진 N>은 쾌적한 생활환경 파트너 경동나비엔이 함께 만들고 무료로 배포합니다.

우리는 같은 꿈을 꾀다.



Letter from N

‘꿈’이라는 단어는 참 많은 뜻을 품고 있습니다.

어떤 이에게 꿈은 건강한 잠을 자는 동안 만나는 기분 좋은 이야기가 되고,
누군가에게는 내일을 향한 희망으로 하루를 살아가는 에너지가 되기도 하지요.

또한 우리는 꿈을 통해 더 나은 세상을 만들 수 있다는 믿음과 용기를 얻고,
마지막까지 기억하고 싶은 가치와 그것을 지켜낼 힘을 발견합니다.

<매거진 N> 이번 호에서는 꿈꾸는 생활을 이야기합니다.

이 세상은 꿈꾸는 사람들의 이야기로 가득 채워져 있습니다.

현실에 발을 딛고 사는 우리가 마음 한구석에 무언가를 품고 살 수 있다면,
그렇게 조금씩 삶의 방향을 바꿀 수 있다면 참 기쁠 것 같습니다.

지금 이 순간에도 세상에 온기를 더하며 조용히 빛을 발하는 사람들,
크고 담대한 꿈을 작고 느리게 이루며 살아가는 모든 이를 응원합니다.

꿈은 다가오는 것이 아니라 먼저 다가가는 것이라고 해요.

매일매일 따뜻하면서도 깊게, 좋은 꿈을 꾸세요.

꿈을

응원하는

마음으로

Contents

바야흐로 지금은 브랜드
콘텐츠 전성시대다.
- 고려대학교 미디어학부 최세정 교수



08



18

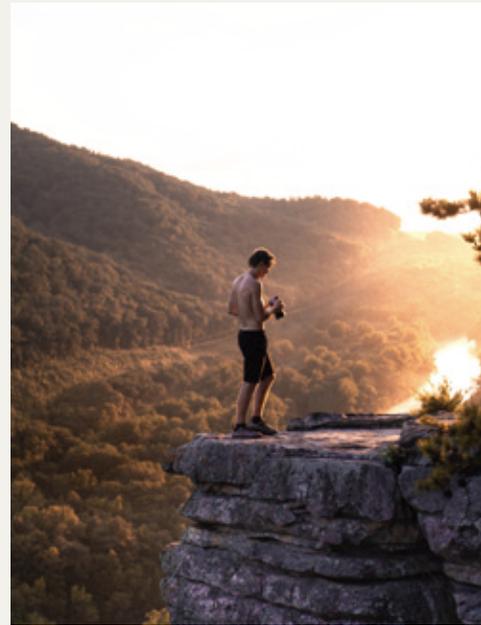
대한민국 수면의 질을 높이기 위해
그가 꾸는 꿈의 온도를 만나본다.
- 코슬립수면클리닉 신희범 원장

채터누가 시민들은 오늘의 노력이 내일의
큰 희망으로 자랄 수 있음을 스스로 증명했다.
- 수필가 신미경



42

내 몸에 꼭 맞는 온기와 함께
예쁜 꿈을 기다려요.



26

밀키는
비누방울 놀이 심매경



58

따뜻한 느낌에 기분까지 좋아져요.
- 밀키베이비 김우영 작가

Insight

고객에게 말을 거는 브랜드 콘텐츠의 꿈

08

Change Maker

잠 못 드는 이들을 위한 숙면온도, 수면 전문의 신희범 원장

18

Living City

최악의 미세먼지 도시에서 최고의 관광도시로, 채터누가

26

Living Home

어른이의 꿈을 찾아서

35

Mind

참 좋은 오늘 아침

42

N. Lab

생활환경 실천 연구소

46

Test

숙면 MBTI가 말해주는 나의 수면 유형은?

47

Item

난꿈이 있어요, 그 꿈을 믿어요

48

Idea

바른 생활을 돕는 인증의 방식

52

To Do

올바른 하룻밤, 개운한 아침

54

Dictionary

잠 잠 무슨 잠? 세상에 파는 모든 잠!

56

N. Toon

밀키는 엄마랑 샤워할 때가 제일 좋아요!

58

Review

지구인의 새해 소망을 사전 예약했어요

60



최근 몇 년 동안 우리 사회에서 주목받는 현상이 있다.
바로 브랜드 콘텐츠다.



고객에게 말을 거는
브랜드 콘텐츠의 꿈

‘좋은 제품과 서비스’를 넘어 ‘고객과 함께 보내는 경험’이
브랜드 마케팅의 핵심으로 자리잡았다. 특히 동영상 브랜드 콘텐츠는
소비자에게 재미를 주고 소비자의 공감을 이끌어내며 그 영향력을 점차
확대하고 있다. 바야흐로 지금은 브랜드 콘텐츠 전성시대다.



클. 최세정
고려대학교 미디어 학부 교수

Insight





보고 싶지 않은 광고는 보지 않아도 되는 시대

유난히 재미있거나 좋아하는 모델이 나오지 않는 한 광고를 좋아하고 매번 찾아보는 사람은 그리 많지 않을 것이다. 그럼에도 우리는 어떤 콘텐츠를 이용하기 위해 어쩔 수 없이 광고를 접할 수밖에 없다. ‘유튜브 프리미엄’ 등 광고를 시청하지 않고 콘텐츠를 이용할 수 있는 서비스도 있지만 대부분 추가 비용을 지불해야 한다. 무료 콘텐츠의 경우 광고는 절대적으로 불가피한 요소다. 하지만 미디어 환경이 디지털 중심으로 재편되면서 우리는 각자 선호하는 플랫폼을 통해 원하는 장소와 시간에 원하는 형태로 콘텐츠를 이용하는 데 익숙해졌다. 이런 현상은 언제 어디서나 이용 가능한 스마트폰을 필수 매체로 인식하는 젊은 세대를 넘어 점차 고령층으로 확산하고 있는 추세다. 미디어 환경의 변화는 전례 없는 팬데믹을 거치며 더욱 가속화됐다. 사람들이 비대면에 익숙해지고, 사회적 거리두기로 집에 머무는 시간이 늘어나면서 변화의 속도가 급격히 빨라진 것이다.

적극적이고 능동적인 이용자들에게 일방적으로 전달되는 광고는 성가시게 느껴지며 회피의 대상이 될 수밖에 없다. 하지만 디지털 기술의 발전은 소비자를 광고로부터 해방시켰다. 물론 광고에 노출된 후에도 이를 보지 않기 위해 자리를 뜨거나 다른 일을 하는 등 외면할 수 있지만, 발전된 디지털 기술 덕분에 우리는 광고를 원천적으로 차단할 수 있게 됐다. 이런 변화는 광고가 콘텐츠와 결합하게 된 중요한 이유다.

콘텐츠라는 그릇에 브랜드를 담아내는 일

이런 상황에서 눈에 띄는 건 콘텐츠에 광고가 녹아든 브랜드 콘텐츠 **Branded Contents**다. 브랜드 콘텐츠란 기업 스스로 자신들의 브랜드를 콘텐츠화한 것이다. 또한 소비자에게 즐거움과 정보 제공을 목적으로 제작했으나 그 이면에 상품과 서비스 판매가 아닌 브랜드에 대한 선호도 증가를 목적으로 디자인한 콘텐츠를 말한다. 용어 자체가 그리 새로운 개념은 아니지만 미디어 환경 변화와 전통 광고의 효과가 감소하면서 최근에 다시 주목받고 있다. 브랜드 콘텐츠는 보다 폭넓은 개념인 콘텐츠 마케팅의 일환이다. 브랜드가 원하는 메시지를 일방적으로 설득하고 전달하는 것이 아니라 소비자에게 정보와 즐거움, 문화적 가치를 제공할 수 있도록 ‘콘텐츠라는 그릇에 브랜드를 담아내는 것’이라고 할 수 있다.

다양한 미디어와 채널, 플랫폼의 등장은 브랜드 입장에서 브랜드 콘텐츠를 전달할 수 있는 기회를 맞이한 것과 같다. 영화와 방송, 게임과 음악, 공연이나 매거진 등 다양한 콘텐츠와 매체를 활용할 수 있기에 그 범위도 매우 광범위하다. 브랜드 콘텐츠는 얼핏 ‘콘텐츠’에 방점을 두고 있는 듯 보인다. 그러나 본질을 살펴보면 ‘광고’에 가깝다. 영화나 방송 콘텐츠 안에 포함되는 간접광고처럼 전통적 광고 유형도 있고 최근에는 언론사와 소셜 미디어에서 많이 활용하는 네이티브 광고와 같은 새로운 형식의 콘텐츠 광고로도 성장 중이다. 네이티브 광고는 소비자가 원하는 콘텐츠와 유사한 형태로 정보적·오락적 가치를 담고 있기 때문에 방해감은 적고 자발적 공유를 유도해 그 효과를 증대한다.

재미를 주고 공감을 이끌어내는 동영상, 브랜드 콘텐츠의 중심이 되다

현재 브랜드 콘텐츠 영역에서 가장 먼저 떠오르는 매체는 동영상이다. 제품에 대한 정보를 얻고 구매를 결정할 때 관련 동영상을 참고하는 소비자가 증가하고 있기 때문이다. 이는 소비자의 콘텐츠 이용 행태와 밀접한 관련이 있다. 전 세계적으로 가장 선호하는 콘텐츠 유형은 동영상이며, 2021년 9월 발표된 국내 조사 결과에서도 한국인이 가장 오래 사용한 모바일 애플리케이션으로 유튜브가 선정되며 압도적인 1위를 차지했다. 실제 한 조사에 의하면 제품의 정보가 문자와 동영상으로 동시에 제공될 때 72퍼센트의 소비자가 동영상으로 제작한 브랜드 콘텐츠를 선호하는 것으로 나타났다.

한국인이 가장 오래 사용하는 애플리케이션



만 10세 이상, Android + iOS 사용 시간 추정(억 분)



* 출처: 2021년 9월, 와이즈앱·와이즈리테일 조사 결과

소셜 미디어의 라이브 스트리밍을 포함한 동영상 기능 확대와 1인 방송 제작자 Creator의 증가는 동영상을 기반으로 한 브랜드 콘텐츠의 성장을 가속화했다. 최근에는 미디어와 커머스가 결합한 커머스 시장이 커지면서 실시간 동영상 콘텐츠를 활용해 제품 정보를 전달하고 직접적인 구매를 유도하는 라이브 커머스와 함께 동영상 브랜드 콘텐츠 영역이 더욱 다양화되고 있다. 기업이 선보이는 웹드라마나 웹예능 등의 콘텐츠 역시 스토리를 입힌 영상 콘텐츠를 통해 기업 팬덤을 형성하는 브랜드 콘텐츠 전략의 일환이다. 특히 웹예능을 주로 소비하는 MZ세대는 인위적이고 직접적인 광고를 불편해하는 경향이 있는데, 스토리를 내세워 소비자가 먼저 찾을 만한 영상 콘텐츠로 이들과 소통하는 기업이 점점 늘어나고 있다.

브랜드 마케팅을 목적으로 한 동영상 콘텐츠 제작은 전통적으로 영상을 제작하는 방송 사업자나 광고대행사, 제작사에 국한되지 않는다. 온라인 기반의 오리지널 콘텐츠를 제작하는 사업자가 늘어나면서 기존의 미디어 문법에서 벗어나 온라인에서 인기 있는 콘텐츠를 적극적으로 활용하고, 소비자와 자유로운 소통이 가능한 크리에이터들과 협업해 재미를 주고 공감을 이끌어내는 영상 브랜드 콘텐츠가 호응을 얻고 있다. 일반적으로 전달되는 상업적 광고에 비해 정보적·오락적 가치를 제공하는 브랜드 콘텐츠는 거부감이 적을 뿐 아니라 소비자의 적극적 참여와 공유를 유도하기도 쉽다.

광고 같지 않은 광고가 필요한 이유

물론 브랜드 콘텐츠의 효과에 대해 우려하지 않는 것은 아니다. 온라인 동영상의 경우 조회 수와 공유 수, 댓글 수 등 실시간 확인이 가능한 지표가 있지만 이는 단편적 효과를 보여줄 뿐이다. 실제 브랜드가 원하는 효과를 달성하는지, 비용 대비 효과적인지에 대한 논의는 여전히 진행 중이다. 또 브랜드 콘텐츠 전달에 온라인 미디어가 중요한 역할을 수행하는 것은 맞지만 레거시 미디어의 가치가 상대적으로 저평가되는 것은 아닌지에 대한 고민도 필요하다.

소비자에게 브랜드 콘텐츠는 '콘텐츠 모습을 한 광고'일 수 있다. 하지만 광고임을 숨기는 것은 바람직하지 않다. 광고에 대한 거부감을 피하기 위해 광고가 아닌 척하는 건 오히려 역효과를 낼 수 있기 때문이다. 광고임을 명확히 밝히고, 광고임을 인지한 후에도 콘텐츠로서 충분한 가치가 있기에 기꺼이 즐기고 호응할 수 있도록 해야 한다.

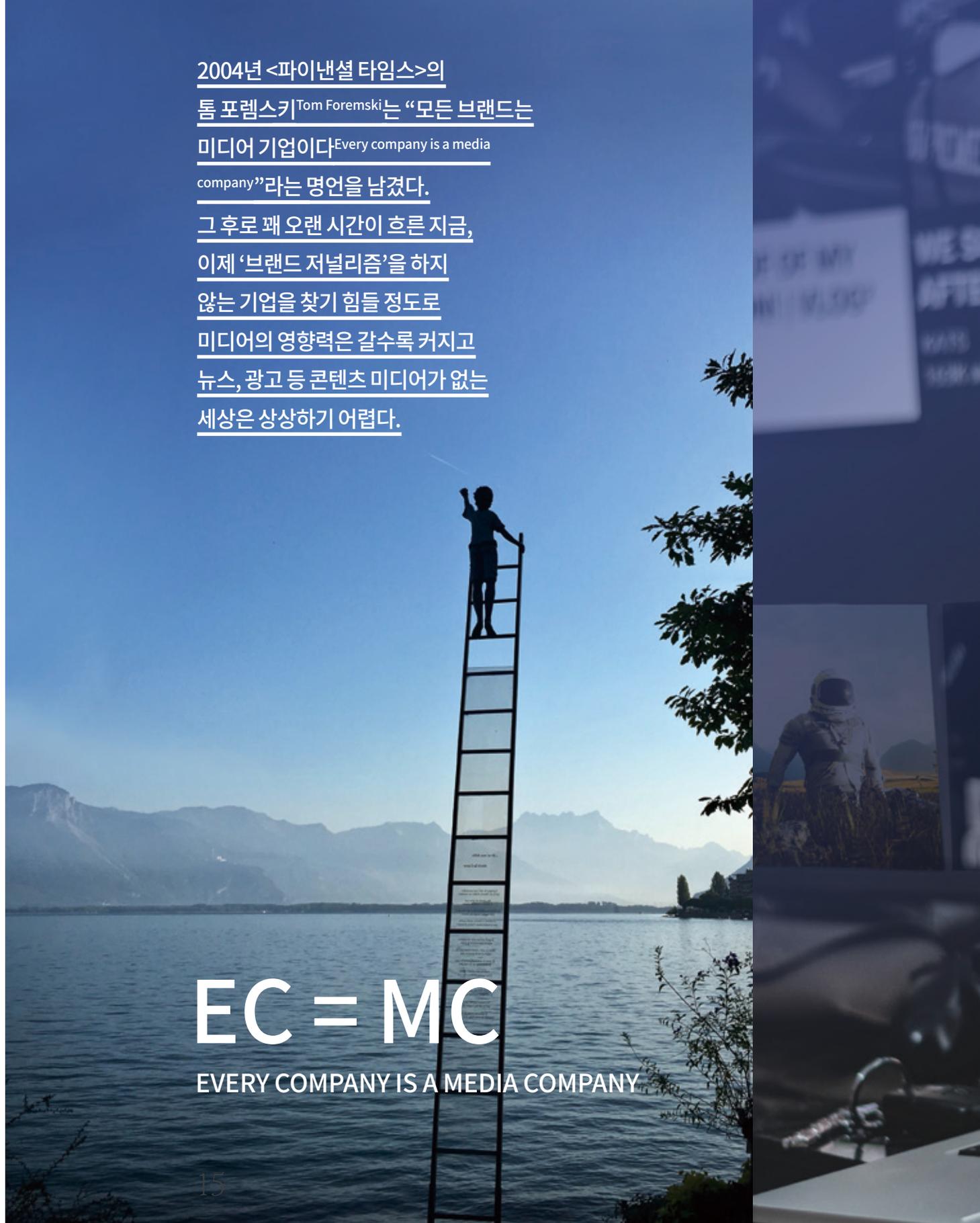
광고임을 밝히면서도 동시에 재미를 전할 때 소비자에게 호감과 긍정적 반응을 이끌어낼 수 있다. 모두가 즐길 수 있는 브랜드 콘텐츠, '광고 같지 않은 광고'가 필요한 이유다.

광고는 브랜드 커뮤니케이션의 목적과 목표 소비자에 따라 다양한 미디어를 적절히 배합해 시너지 효과를 얻는 것이 중요하다. 브랜드 콘텐츠도 마찬가지다. 따라서 목적에 따라 커뮤니케이션 일관성은 유지하되 각각 미디어와 소비자에 맞는 브랜드 콘텐츠를 제작·전달할 수 있는 전략적 기획과 집행이 필요하다. 브랜드 콘텐츠는 소비자보다 기업이 주도권을 갖는 영역이지만 다양한 미디어를 통해 전달될 콘텐츠를 제작하는 사업자들의 전문성이 성공의 열쇠가 된다. 성공의 핵심은 양질의 콘텐츠다. 결국 누가 콘텐츠를 생산하느냐보다 어떤 내용의 콘텐츠가 소비자의 관심을 끌고 호응을 얻느냐가 더 중요하다. 효과적인 브랜드 콘텐츠를 제작하기 위해서는 미디어와 채널, 플랫폼과 소비자의 특성을 이해하고 브랜드의 목적을 달성할 수 있는 콘텐츠를 제작하는 것, 또한 이를 다양하게 운용할 수 있도록 전략적 기획과 창의성, 협업에 열린 마음을 가져야 한다. 아직 국내 브랜드 콘텐츠 시장은 성장 여지가 충분하다.

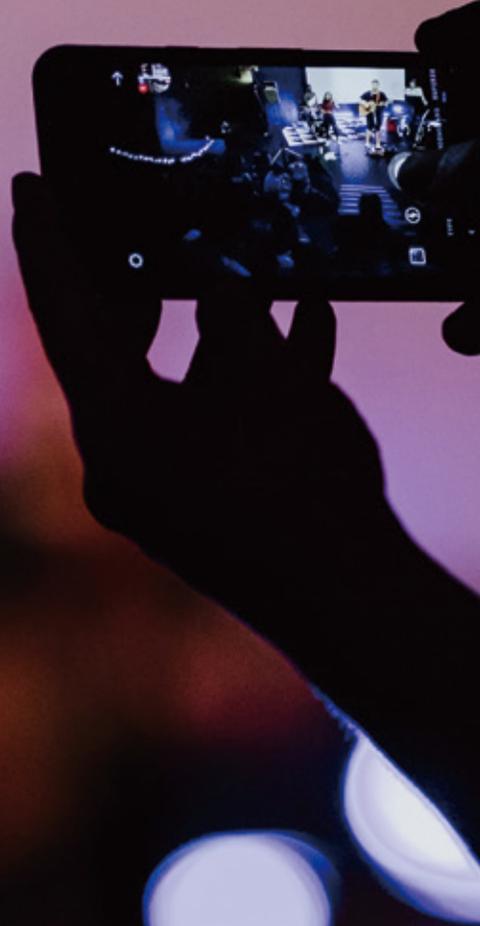
2004년 <파이낸셜 타임스>의 톰 포렘스키 Tom Foremski는 “모든 브랜드는 미디어 기업이다 Every company is a media company”라는 명언을 남겼다.

그 후로 꽤 오랜 시간이 흐른 지금, 이제 ‘브랜드 저널리즘’을 하지 않는 기업을 찾기 힘들 정도로 미디어의 영향력은 갈수록 커지고 뉴스, 광고 등 콘텐츠 미디어가 없는 세상은 상상하기 어렵다.

EC = MC
EVERY COMPANY IS A MEDIA COMPANY



그러나 사람의 마음을 사는 일은 나무를 심고 가꾸는 것과 같아서 장기적 호흡이 필요하다. 급속히 변화하는 미디어 생태계 속에서 고객과 소통하는 브랜드의 꿈을 실현하기 위해 중심 잡는 법을 고민해야 할 때다. 콘텐츠와 소통, 제품의 본질적 가치를 구현해 소비자를 만족시킬 때 브랜드 콘텐츠도 지속적으로 성장할 것이다. 광고는 여전히 살아 있다. 다만 디지털 중심으로 생태계가 이동했을 뿐이다.





<단꿈상점-킹슬맨>
바로 보기

대한민국 모두가 숙면해 수 있도록 숙면온도의 중요성을 알리다



• King of Sleeping Man •

숙면온도의 중요성을 모두에게 알리기 위한 경동나비엔 '단꿈상점' 캠페인. 대한민국 모두를 숙면하게 하기 위한 참신한 시도를 유쾌하게 담아낸 이번 캠페인에는 생활환경 기업으로 한 걸음 더 가까이 다가서는 경동나비엔의 진심이 담겨 있습니다.

Shin Hong Beom



“코로나19 이후 전례 없는 생활 패턴의 변화로 우리 사회에 수면장애를 겪는 이가 많아졌습니다. 올바른 수면 상식을 널리 알리고 섬세하고 정밀하게 습관을 교정하는 일의 중요성도 커지고 있지요. 누구나 내 몸에 맞는 숙면온도를 찾고 좋은 잠이 가진 힘을 되찾을 수 있도록 조금씩 세상을 변화시키고 싶습니다.”

———— 코슬립수면클리닉 신홍범 원장

글. 최혜정

Change Maker

수면은 단순히 쉬는 시간이 아닌 기존의 지식과 새로운 지식을 융합하는 창조의 시간.
수면 전문의 신흥범 원장은 질 좋은 잠을 충분히 자야 좋은 꿈을 꿀 수 있다고 말한다.
대한민국 수면의 질을 높이기 위해 그가 꾸는 꿈의 온도를 만나본다.

잠 못 드는 이들을 위한 속면온도

코로나19 이후 우리 사회에 잠 못 이루는 분이 많아졌습니다. 국내 수면장애 분야 전문가인 원장님께서 그 원인을 무엇이라고 생각하시나요?

재택근무나 비대면 업무가 늘어나면서 수면 리듬이 깨진 분이 많아졌습니다. 백신 접종 후 컨디션이 안 좋아 불면증에 걸린 분도 종종 있고요. 밤에는 잠이 오지 않아 늦게 잠들고, 낮에는 졸음이 밀려와 낮잠을 자게 되고, 밤이 오면 또 잠이 안 오고... 이런 악순환이 반복되는 거죠. 또 자영업을 하시는 분 중에는 미래에 대한 불안감이나 스트레스 때문에 쉽게 잠들지 못하는 분도 많아졌어요. 원래 수면은 몸 상태와 밀접한 관련이 있어서 건강이 안 좋아지면 수면 리듬까지 무너지는 경우가 많습니다.

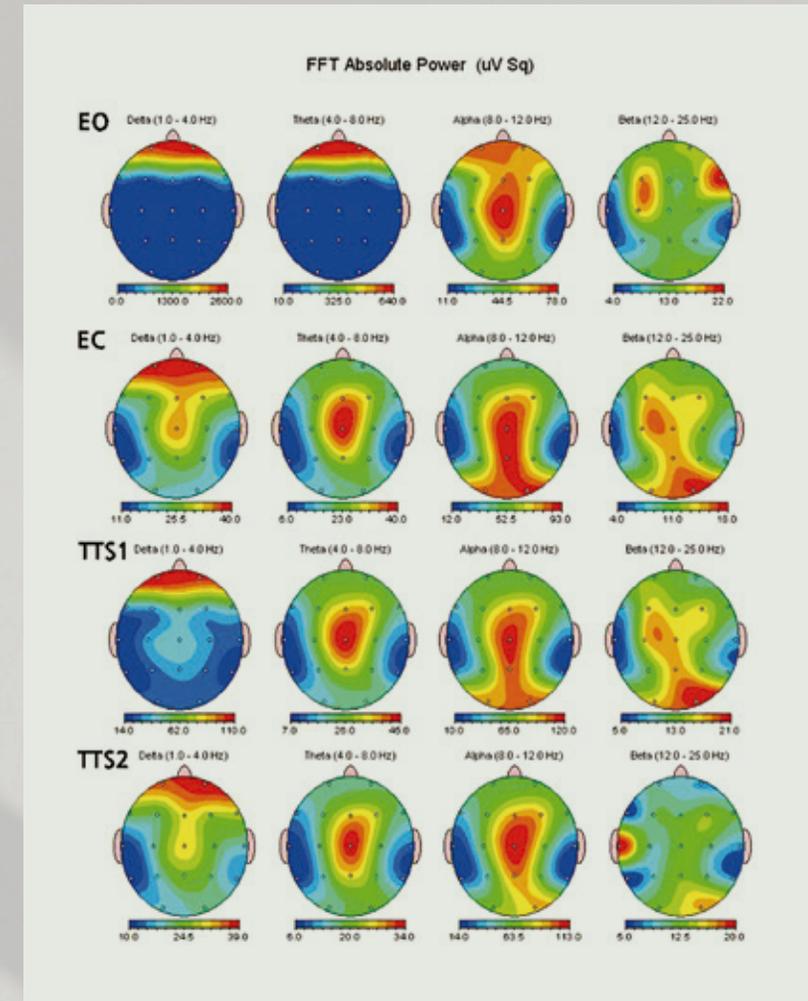
요즘처럼 기온이 떨어지는 등 계절의 변화도 수면에 영향을 줄 것 같아요.

여름은 야외 활동을 많이 하기 때문에 금세 피로가 쌓이고 멜라토닌 생성도 잘돼서

상대적으로 불면증 환자가 적은 편이에요. 하지만 겨울엔 밤이 길어진 만큼 잠 못 드는 괴로움도 크게 느껴집니다. 추운 날씨에 실내에 머무는 시간이 길어지면서 당연히 활동량이 줄어들고 낮에도 꾸벅꾸벅 졸게 되는 거죠. 코골이 수면무호흡증도 겨울에 더 심해지는 대표적 수면장애입니다. 차가운 공기가 건조한 공기와 만나 코 막힘 현상을 일으키기 때문에 코골이가 심해지기도 합니다. 또 하지불안증 환자의 경우 추운 계절에 밖에서 썰다 보면 다리 통증이 심해져 잠을 못 이루는 경우도 많습니다. 겨울철에 불면증 환자가 늘어나는 이유입니다.

잠을 못 자는 시간이 얼마나 오래 계속돼야 불면증이라고 할 수 있을까요?

일반적으로 잠들기 힘들거나, 중간에 깨거나, 혹은 일찍 깨서 힘든 증상이 3주 이상 계속되어 일이나 생활에 지장을 준다면 불면증이라고 해요. 그 상태가 3개월을 넘어가면 만성 불면증이 되는 거고요. 최근에는 꼭 3주가 아니라



하루라도 잠을 못 자면 불면증이라고 보는 전문가도 있습니다. 예를 들어 하루만 열이 나도 열이 난 건 맞으니까요. 하지만 대개는 잠 못 드는 날이 어느 정도 지속되어야 '병원에 가봐야 되나?'라고 생각하거든요. 그래서 보통 3주, 3개월을 불면증의 기준으로 삼고 있습니다.

수면의 양과 질을 모두 신경써 수밖에 없겠어요. 맞아요. 대체로 최소 7시간 이상은 자야 하고 졸음이나 피로감이 없어야 잘 잤다고 할 수 있어요.



고밀도 뇌파검사
뇌파 측정용 통해 뇌의 각 부분 활성도를 알아보고 불면증의 원인을 보다 정확히 확인할 수 있다.

그렇다고 많이 자는 것이 꼭 좋은 건 아닙니다. 수면효율도 중요해요. 만약 10시간을 잤는데도 일어나기 힘들다면 제대로 못 잔 거라고 봐야죠. 10시간을 자도 수면효율이 50퍼센트면 5시간 잔 것이나 마찬가지니까요. 5시간을 자면 누구든 아침에 개운하게 일어나지 못하잖아요.

수면장애를 겪는 모든 이가 전문의를 만나 조언을 구하기는 어려운데요. 감사하게도 수면과 관련된 프로그램에 출연해 도움을 주셨다는 이야기를 들었어요.

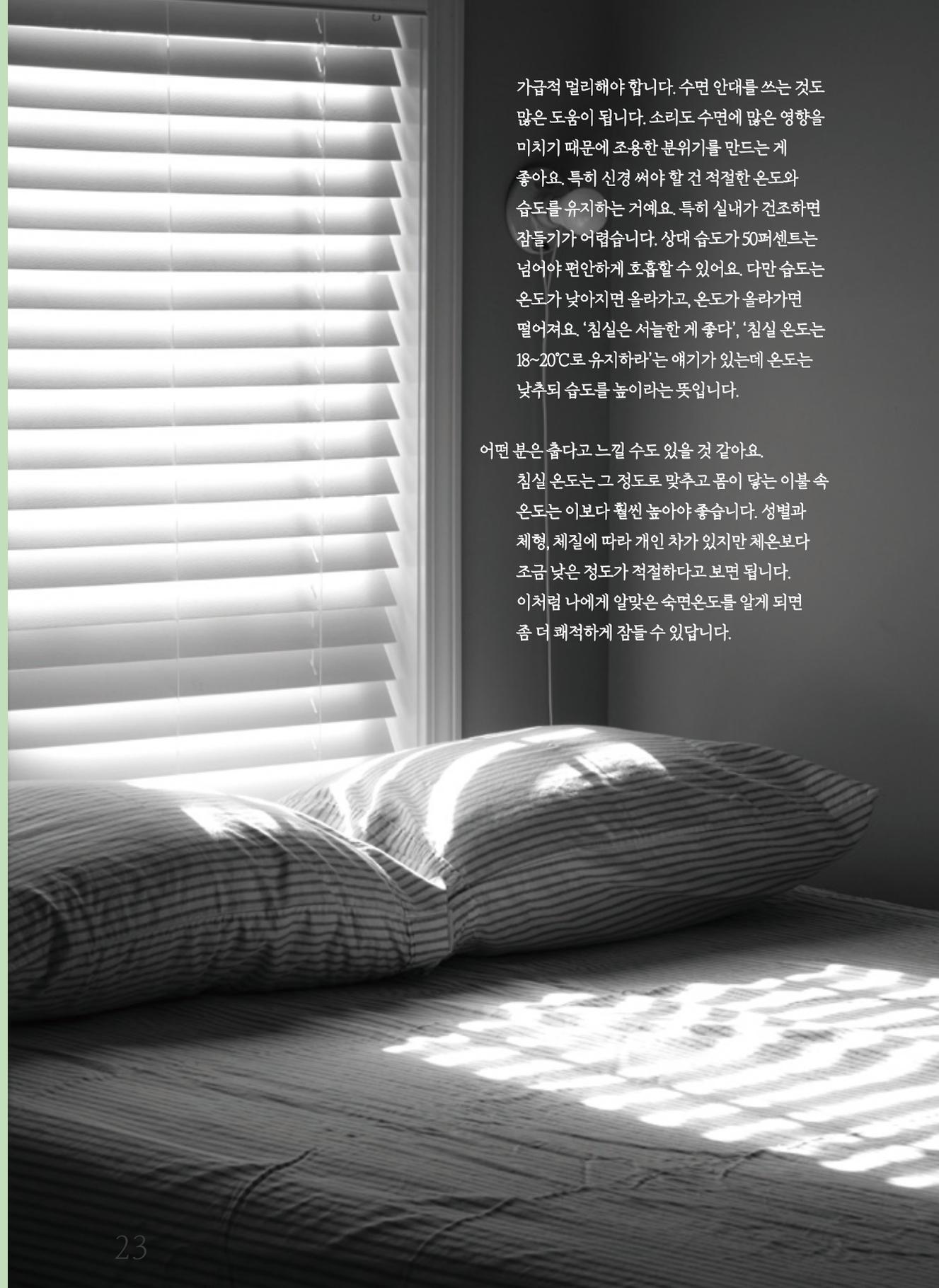
수면장애를 치료하려면 표준 수면다원검사를 통해 정확한 진단을 받아야 해요. 한 가지 문제만 있는 분도 있지만, 두세 가지 문제가 겹쳐 있는 분도 많거든요. 진단을 제대로 받고 그에 맞는 치료를 하는 게 중요하죠. 하지만 말씀하신 것처럼 모든 분이 병원을 방문하시지 못해 안타까웠어요. 그래서 더 많은 분께 도움을 드리기 위해 수면에 유익한 방송이나 예능 프로그램에도 자주 출연하고 있습니다. 최근에 출연한 <단팍상점-킹슬맨>에서는 잠과 관련한 운영진의 다양한 질문에 답을 하는 역할을 맡았어요. 질 좋은 잠을 유도하는 환경적 요인, 즉 온도나 습도, 빛에 관한 이야기와 함께 온수매트가 수면에 어떤 영향을 미치는지 실험 결과도 말씀드리고, 많은 분이 궁금해하시는 표준 수면다원검사를 어떻게 진행하는지 시뮬레이션하기도 했습니다. 온수 샤워나 따뜻한 우유가 수면에 도움이 되는지 같은 소소한 궁금증도 풀어드렸고요.

수면에 대한 관심이 높아지니 이런 콘텐츠도 나오는 듯해요. 그렇다면 질 좋은 꿀잠의 조건이 따로 있을까요?

바로 빛과 소음을 차단하는 거예요. 침실을 아주 어둡게 하는 거죠. 우리 몸에서는 밤이 되면 수면을 유도하는 멜라토닌이라는 호르몬이 나옵니다. 그런데 나이가 들수록 멜라토닌 분비량이 줄어들어요. 그렇기 때문에 침실에선 아주 약한 빛도 완전히 차단하고, 스마트폰도



표준 수면다원검사
잠을 자는 동안 신체의 다양한 신호를 데이터로 분석해 수면장애를 진단하고 치료 계획을 세울 수 있다.



가급적 멀리해야 합니다. 수면 안대를 쓰는 것도 많은 도움이 됩니다. 소리도 수면에 많은 영향을 미치기 때문에 조용한 분위기를 만드는 게 좋아요. 특히 신경 써야 할 건 적절한 온도와 습도를 유지하는 거예요. 특히 실내가 건조하면 잠들기가 어렵습니다. 상대 습도가 50퍼센트는 넘어야 편안하게 호흡할 수 있어요. 다만 습도는 온도가 낮아지면 올라가고, 온도가 올라가면 떨어져요. '침실은 서늘한 게 좋다', '침실 온도는 18~20°C로 유지하라'는 얘기가 있는데 온도는 낮추되 습도를 높이라는 뜻입니다.

어떤 분이 춥다고 느낄 수도 있을 것 같아요.

침실 온도는 그 정도로 맞추고 몸이 닿는 이불 속 온도는 이보다 훨씬 높아야 좋습니다. 성별과 체형, 체질에 따라 개인 차가 있지만 체온보다 조금 낮은 정도가 적절하다고 보면 됩니다. 이처럼 나에게 알맞은 수면온도를 알게 되면 좀 더 쾌적하게 잠들 수 있답니다.

하지만 내 몸에 맞는 숙면온도를 찾았다고 해서 완벽하게 맞추는 건 힘들어요. 내 몸 컨디션이 항상 똑같은 것도 아니고요. 어느 정도는 우리 몸의 온도 조절 기능을 이해할 필요가 있어요. 우리 몸은 더우면 열을 방출하고, 추우면 열이 빠져나가지 않게 보호하니까요.



각자 몸에 맞는 숙면온도를 찾는 게 꿀잠의 핵심 조건이라는 말씀인 거네요?

맞습니다. 잠이 들기 시작할 때는 일단 몸을 따뜻하게 해줘야 해요. 추우면 우리 몸은 근육을 수축시켜 열을 내거든요. 보온이 잘되는 이불을 덮거나 온수매트 같은 제품을 사용해 피부에 직접 닿는 온도를 올리는 게 좋습니다. 문제는 잠이 든 다음입니다. 계속 온도가 높으면 중간에 잠이 깨거든요. 옛날에 시골 할머니 댁에 가면 할머니가 손주 왔다고 방바닥이 끓도록 군불을 지펴주시는데, 새벽에 꼭 잠이 깨거나 이불을 걷어차게 되잖아요. 그걸 보신 할머니는 “아이고, 이눔이 이불을 또 걷어차네” 말씀하시면서 다시 덮어주시고요. 그래서 잠이 들 때는 온도를 좀 높였다가 잠이 든 후에는 온도를 내려 균형을 맞춰줘야 합니다.

자동으로 숙면온도를 맞춰주는 제품이 있다면 도움이 될 듯한데요.

온열매트나 온수매트 같은 제품의 경우 자동으로 온도를 맞춰주는 ‘수면모드’ 기능을 사용하면 좋습니다. 체온 변화에 따라 수면 패턴에 맞게 온도를 조절해주기 때문입니다.

마지막으로 우리가 좋은 꿈을 꾸기 위해 어떤 노력을 해야 할까요?

첫 번째는 햇빛을 많이 볼 것, 두 번째는 스트레스를 받지 말 것. 먼저 햇빛을 충분히 보려면 낮에 야외 활동을 많이 해야겠죠. 일부러 스트레스를 찾아다니는 사람은 없겠지만, 평소 긍정적인 생각을 갖는 노력도 필요해요.



주변에서 쉽게 찾아볼 수 있는 코골이 수면무호흡증의 원인을 쉽게 설명하고 치료 방법을 자세히 안내한 책.

— <코골이 수면무호흡증, 양압기로 치료한다> 이담복스, 2020

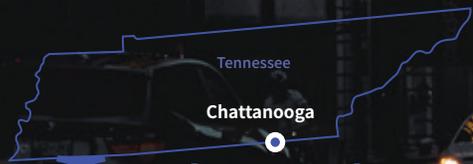


좋은 잠은 우리 스스로 만들어가는 것. 건강한 잠으로 힘겨운 일상을 이겨내시기를 바랍니다. 꿈꾸는 사람은 언제나 아름답기 때문입니다.

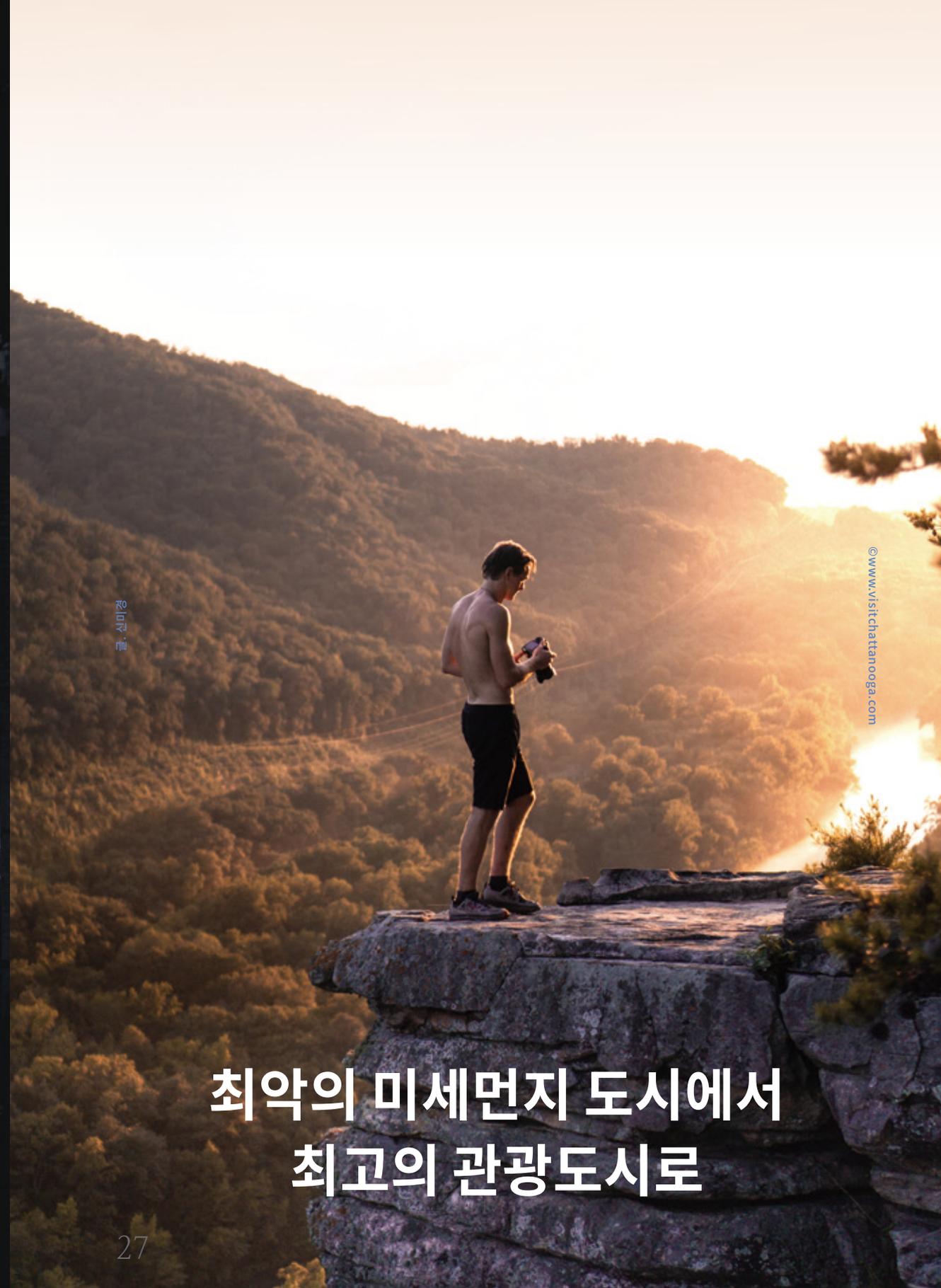
Chattanooga

시민들이 함께 이룬 채터누가의 꿈

THE GREAT TENNESSEE



Living City



글. 신미경

©www.visitcattanooga.com

최악의 미세먼지 도시에서
최고의 관광도시로



©Chatanooga Tourism Co.



생태 도시계의 신데렐라로 불리는 미국 채터누가. 불과 30년 전만 해도 숨막히는 재투성이 도시였던 이곳은 어떻게 맑고 깨끗한 공기질을 자랑하는 관광도시가 되었을까? 그 꿈의 여정을 살펴본다.



©Chatanooga Tourism Co.



©Eli Johnson/Chatanooga Tourism Co.



©Chatanooga Tourism Co.

‘삼한사미’라는 신조어처럼 수시로 미세먼지가 몰려오는 계절이다. 코로나19 이전부터 마스크는 생필품이 되었고, 우리가 자유롭게 호흡할 권리를 보장받지 못한 지도 꽤 오랜 시간이 지났다. 다행히 도로 위를 달리는 전기차가 늘어나고, 탄소배출권 시행 등 지구온난화로 인한 기후변화를 막기 위한 노력에 전 세계가 동참하고 있다. 대부분의 생태 도시는 에너지를 절약하고 도시 곳곳에 나무를 심으며 살기 좋은 환경을 만든다. 채터누가 역시 비슷한 길을 걸었다. 하지만 그 시작점은 조금 다르다. 도저히 희생 불가능해 보이던 최악의 산업 도시가 우수 환경 평가를 받는 관광도시로 변모했기 때문이다. 채터누가 시민들은 오늘의 노력이 내일의 큰 희망으로 자랄 수 있음을 증명했다.

문파이의 고향, 재즈의 배경으로 등장한 도시

미국 남동부 테네시주에 위치한 채터누가는 애틀랜타와 내슈빌에서 자동차로 2시간 정도 떨어진 곳에 있는 작은 도시다. 부산의 절반 정도인 약 370제곱킬로미터 면적에 18만 명 정도의 인구가 살고 있고, 겨울에도 기온이 영하로 떨어지지 않는 온화한 기후가 특징이다. 채터누가를 이야기할 때 많은 이가 가장 먼저 떠올리는 건 바로 문파이 Moon Pie이다. 한 쌍의 둥근 그레이엄 크래커 사이에 마시멜로를 끼우고 초콜릿에 담긴 과자인 문파이는

1917년 채터누가 베이커리에서 세계 최초로 출시했다. 문파이는 미국 경제공황 때 가난한 탄광 노동자들이 식사 대용으로 먹는 음식이었고, 제2차 세계 대전 당시에는 전장터 군인들을 위로하는 간식으로 사랑받았다. 문파이는 현재 우리가 초코파이라고 부르며 정을 나누는 바로 그 과자의 모태이기도 하다. 미국에서 가장 유명한 노래에도 이 도시가 등장한다. 1941년 미국 스윙 재즈의 대가 글렌 밀러 Glenn Miller와 그의 악단이 녹음한 <채터누가 추추>는 발매 후 9주 동안 120만 장이 팔려 미국 대중음악 역사상 최초로 100만 장을 돌파한 음반으로 기록됐다. “실례합니다. 여기가 채터누가 추추역인가요?”라고 시작하는 이 노래의 첫 소절은 미국 남부의 동력원이었던 도시, 채터누가의 부흥을 상징한다. 석탄과 철, 석회암 같은 자원이 풍부했던 이곳은 제2차 세계 대전 이후 미국에서 10위 안에 드는 중공업 산업 중심지로 성장했고, 테네시강 변을 따라 철공소와 화학, 섬유 공장이 준비하게 들어섰다. 한때는 남부 지방으로 향하는 모든 열차가 채터누가 기차역에 정차할 만큼 전선기와 물질적 풍요로움을 누렸다.

가장 오염된 도시에서 걷고 싶은 도시로

그러나 1950~1960년대 채터누가는 급격히 쇠퇴하기 시작한다. 문제는 대기오염이었다. 산으로 둘러싸인 분지 형태의 지형 때문에 공장에서 발생한 오염원이 흩어지지 못하고 도심으로 모여들었다. 도심 공기는 높은 수준의 오존과 독성 물질이 가득했다. 1년 중 절반은 앞이 보이지 않을 정도로 심한 스모그 때문에 대낮에도 거리를 오가는 자동차들은 헤드라이트를 켜야 했다. 1969년 미국 환경보호국 EPA이 미국에서 가장 대기오염이 심한 도시로 평가할 만큼 채터누가의 환경문제는 심각했다. ‘가장 더러운 도시’라는 오명은 둘째치고 미세먼지로 인해 일어나는 빈번한 교통사고와 미국 평균 대비 세 배나 많이 발생하는 폐렴 등은 시민의 생명을 실질적으로 위협했다. 최악의 미세먼지 도시가 불과 30년이 채 되지 않아 미국인이 가장 걷고 싶어 하는 도시 중 하나가 되었다는 사실은 좀처럼 믿기 어렵다. 채터누가의 부활은 그만큼 극적이다. 1996년에는 유엔으로부터 ‘환경과 경제 발전을 동시에 이룬 도시’로 상을 받았고, 그 후로도 미국의 국가적 모범이 된 강변 재개발 사례, 아름다운 도시를 가진 살기 좋은 도시임을 증명하는 상을 여러 차례 수상하는 쾌거를 이루기도 했다. 2014년에는 미국에서 공기질이 우수한 상위 15개 도시 중 하나가 되었다. 어떻게 이런 변화가 가능했을까?



도시의 위기를 새로운 기회로 바꾸다

변화의 시작은 공장의 대기오염 물질 배출 규제였다. 미국 환경보호국 평가에 위기의식을 느낀 채터누가는 대기오염 억제국을 설치하고 1972년 10월까지 공장마다 대기오염 방지 시설을 의무적으로 도입하기로 결정했다. 당시 1억 달러 규모의 큰 예산을 투입했고, 가장 큰 철공소인 워랜드를 포함해 여러 공장의 굴뚝에 대기오염 방지 필터를 설치했다. 여기에 다섯 곳의 석탄 발전소를 제외한 나머지 발전소는 모두 없애기로 과감한 결단을 내렸다. 여기서 끝이라면 잘 시행한 도시 정책의 모범 사례로 남았겠지만, 이 같은 규제가 오염원이 줄어든 결정적 계기는 아니었다. 1970년대에 채터누가는 큰 위기를 맞이한다. 바로 석유 공급 부족에 따른 유가 상승으로 산업이 침체되는 오일쇼크의 직격탄을 맞은 것. 그 여파로 문을 닫는 공장이 속출했고, 일자리를 잃은 사람들이 도심을 떠나는 도시 공동화 현상이 가속화되었다. 아이러니하게도 산업이 쇠퇴하자 공기질은 점점 더 나아졌다. 완만한 언덕, 아름다운 계곡, 산악 지대가 깨끗한 공기와 어우러지기 시작했다. 하지만 사람이 모이지 않는 도시는 자멸하는 법, 새로운 성장 동력이 필요했다. 산업 중심 도시였던 채터누가는 생태 중심 관광도시로 발전 방향을 달리했다. 이 과정에서 시민들의 역할이 컸다. 1980년 풀뿌리 봉사 시민 단체로 시작한 '채터누가 벤처 Chattanooga Venture'는 도시 변화를 위한 아이디어를 내고 커뮤니티를 만들면서 전문성을 강화했다. 이들은 강을 살리고 걷기 좋은 길을 조성하기 위해 목소리를 높였고, 지속 가능하고 건강한 도시를 적극적으로 가꾼 주역으로 성장했다.

타 지역의 모범이 되다

채터누가 도심에서는 자동차를 찾아보기 힘들다. 도시에 차가 없으니, 언뜻 상상이 되지 않는 풍경이지만 파크 앤드 라이드 Park & Ride라는 교통 체계를 알고 나면 납득이 간다. 파크 앤드 라이드는 도시 외곽 남쪽과 북쪽에 마련된 주차 시설에 차를 세워두고 전기 셔틀버스를 이용해 도심으로 이동하는 방법이다. 저렴한 주차비와 버스 요금, 참여 독려를 위한 인센티브 덕분에 매년 100만 명 이상 이용하고 있다. 1992년 시내에 처음 도입된 전기 셔틀버스는 다른 지역에서도 주문이 들어올 만큼 화제를 모았다. 최근에는 친환경 출퇴근을 위한 전기 자동차 공유 프로그램도 추진하고 있다. 전기 자동차는 태양광 발전으로 생산한 청정한 전기에너지를 사용하는데, 덕분에 도심에 매캐한 배기가스는 확연히 감소했다. 2012년에는 자전거 공유 시스템 '바이크 채터누가 Bike Chattanooga'를 성공적으로 시행했다. 이와 함께 걷기와 자전거 타기에 최적화된 그린웨이 Greenway를 갖추고 이동 수단이 곧 오락 수단이 될 수 있음을 강조하며, 이 길을 새로운 관광사업으로 적극 홍보하고 있다.

2021년 공유 자전거 현황

400

Bikes

42

Stations

42개 역에서 400대의 자전거를 운영하고 있는 바이크 채터누가 시스템은 포틀랜드, 오리건에서 벤치마킹하는 모범 사례가 됐다.





©Chattanooga Tourism Co.



©Chattanooga Tourism Co.

볼거리가 풍부한 청정 관광도시

이제 채터누가는 매년 130만 명 이상 방문하는 관광 명소다. 관광객들은 무엇을 보고 즐기기 위해 이 도시를 찾을까? 가장 유명한 볼거리는 바로 테네시 수족관 **Tennessee Aquarium**이다. 세계의 담수어를 모아놓은 이 수족관은 한 고등학생의 아이디어를 적극 반영한 프로젝트였다. 이곳은 수많은 관광객이 여행을 시작하는 테네시강 리버 워크 **River Walk**의 시작점이기도 하다. 사람들은 테네시강 남쪽 유역을 따라 25킬로미터 정도 펼쳐진 리버 워크의 풍경을 감상하며 걷거나 달리고, 자전거나 롤러블레이드를 타며 여가를 즐긴다. 그 밖에 오래된 주물 공장 등을 볼 수 있는 남쪽 길, 한적하고 경치 좋은 오르막길인 블러프 뷰 아트 디스트릭트 **Bluff View Art District** 방향으로 이동하는 경로 등이 유명하다. 유난히 경치가 좋은 이곳에는 카페와 레스토랑이 들어섰고, 강에서 보트나 카약을 탈 수 있다.

세계에서 가장 긴 보행자 전용 다리인 월넷 스트리트교 **Walnet Street Bridge**도 채터누가를 대표하는 명물 중 하나다.

1891년 도심과 공장 지대를 연결하기 위해 건설한 이 다리는 원래 너무 낮고 위험해 철거될 예정이었다. 하지만 역사적 가치가 있는 건축물을 보존하고 오염된 강과 다리를 살려내자는 시민들의 제안으로 보행자 전용 다리로 거듭났다. 낡아서 쓸모가 사라진 건축을 어떻게 활용하느냐에 따라 도시의 새로운 보물이 될 수 있다는 도시 재생 가치를 월넷 스트리트교를 통해 증명한 것이다.

더 살기 좋은 도시를 만들기 위해

2006년 채터누가의 론 리틀필드 **Ron Littlefield** 시장은 2012년까지 지구온난화 오염 수준을 1990년에 비해 7퍼센트 낮추겠다는 목표를 세우고 1인당 에너지 사용 절감과 에너지 효율이 높은 건물을 늘리는 것을 지침으로 삼았다. 정부 건물에서 전기와 가스 그리고 수도 사용량을 20퍼센트 이상 줄이는 노력도 병행했다. 채터누가의 도시 정책은 늘 환경을 최우선 과제로 수립된다. 강변과 숲 정비는 깨끗한 대기질을 만드는 필수 과정이기 때문이다. 나무 심기를 적극 권장하는 것도 그중 하나다. 나무 그늘이 많아지면 에어컨 사용량이 줄고, 온실가스를 나무가 흡수해 도심 온난화를 늦춘다. 그래서 도심 개발 허가는 적정 비율의 나무 심기를 전제 조건으로 한다. 덕분에 현재 채터누가 면적의 절반은 숲과 나무 그늘로 덮여 있다.

이런 정책의 배경에는 공동체가 있다. 개인이 사용하는 에너지를 아끼고 작은 주거 공간을 선호하며 포장재가 적은 물건을 구매하자고 말하는 이들, 육식 줄이기에 동참하고 텃밭에 농산물을 재배하거나 지역 농부와 거래하기 위해 애쓰는 주부들, 가까운 거리는 걷거나 자전거로 이동하는 시민까지. 지금도 채터누가 어딘가에서는 생태 도시 시민이 함양해야 할 공동체 정신이 자라고 있을 것이다.

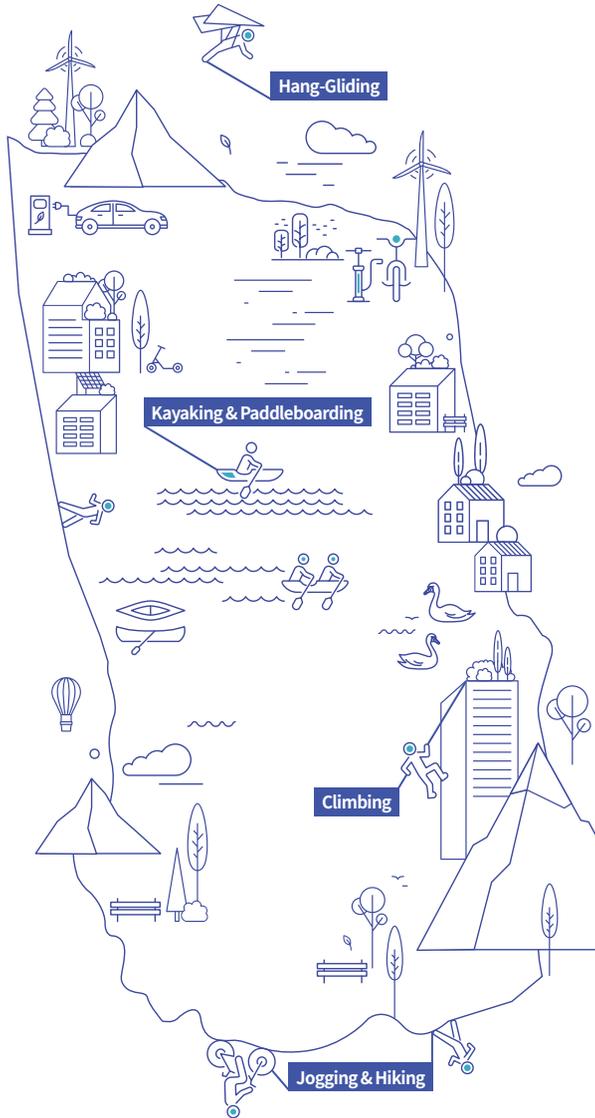


©Chattanooga Tourism Co.

미국 남부 최고의 경치를 자랑하는
채터누가는 자연과 하나되는
다양한 야외 스포츠를 즐길 수
있는 액티비티 천국이다.



NATURE FRIENDLY ACTIVITIES



도시를 내려다보며 하늘을 나는 체험
채터누가에서 약 10킬로미터 떨어진 룩아웃Lookout 산에는 행글라이딩 체험장이 있다. 아름다운 풍경을 감상하며 하늘을 날아오르는 스릴 넘치는 경험을 꼭 시도해볼 것.

물길 따라 노를 젓는 반나절 여행
노스 쇼어North Shore 지역 쿨리지Coolidge 공원은 카약이나 패들보드 출발지로 안성맞춤. 강을 따라 유유히 노를 저으며 도시의 주요 랜드마크를 돌아보고, 각종 야생동물 보호구역인 맥렐란MacIellan 섬에 도착할 수 있다.

철재와 유리로 만든 기발한 암벽등반
하이 포인트 클라이밍 센터High Point Climbing Center에서는 미국 최고의 피트니스 센터라고 극찬받는 매력적인 등반 코스를 경험할 수 있다. 초급부터 고급까지 철재와 유리로 된 다양한 암벽등반 코스에 도전해보자.

강변 풍경을 감상하며 걷거나 달리거나
테네시강을 따라 이어지는 채터누가 리버워크는 이 도시 풍경을 감상하는 최고의 방법. 흐르는 강물을 보며 가볍게 걷거나 달려도 좋고, 채터누가 자전거 공유 프로그램을 이용해 자전거를 타면서 여유로운 한때를 보낼 수도 있다.

글. 신미경 수필가. 일상을 건강하게 가꾸는 일을 즐긴다. 특히 먹거리에 관심이 많아 여러 시장과 농장을 섭렵하며 신선한 식량을 수집하는 것이 취미다. 주요 저서로 <뿌리가 튼튼한 사람이 되고 싶어>, <혼자의 가정식>, <나의 최소 취향 이야기> 등이 있다.

어린 시절 어른들은 이렇게 물었다. “너는 꿈이 뭐니? 자라서 뭐가 되고 싶니?” 언제부터 꿈이 희망하는 직업과 같은 말이 되어버린 걸까. 이미 어른이 된 <매거진 N> 독자 에디터에게 다시 묻는다. 크고 대단하지 않아도 꼭 이루고 싶었던 꿈이 무엇인지.



어른이의 꿈을 찾아서



Living Home



“꿈은 없어요. 그냥 놀고 싶습니다.”

직장인이라면 누구나 한 번은 가슴에 품어왔다는 밈(온라인에서 유행하는 이미지나 말)이다. 이 말에는 한 가지 조건이 전제된다. 일하지 않고 마음껏 놀아도 괜찮은 경제적 기반이 갖춰진 상태여야 한다는 것. <부의 추월차선>이라는 책에서는 인간이 행복해지기 위한 조건을 이렇게 꼽았다. 일하지 않아도 소득을 보장받는 경제적 자유, 자신의 시간을 자유롭게 사용하는 시간적 자유, 그리고 건강과 인간관계. 일하지 않고 내 시간을 자유롭게 쓰며 하고 싶은 것을 하는 삶. 누군들 그런 삶을 꿈꾸지 않을까. 부가티 조수석에 에르메스 백을 던지며 “그 남자도 내 돈을 보고 접근한 거였어”라며 한숨을 쉬고 한강이 보이는 집에서 돔 페리뇽을 마시는 일상. 드라마 속 주인공 같은 그런 인생 말이다.

하지만 중년에 가까운 나이가 되면 자연스럽게 깨닫는다. 로또 당첨이나 재벌과의 결혼 같은 드라마틱한 반전은 일어나지 않는다는 사실을. 그리고 인생은 장밋빛도 가시밭길도 아닌 그저 하루하루 주어지는 시간을 담담히 채워나가야 한다는 것을. 꿈도 그렇다. 스스로의 노력으로 무언가를 이루고 직접 경험할 때 꿈은 달콤한 성취가 되고 세상을 긍정하는 힘이 된다.

그래서 꿈은 사소해도 좋고 무모해도 상관없다. 대신 조금은 사치스러운 구석이 있어야 한다는 게 나의 생각이다. 내 집 마련이나 취업처럼 의무와 역할을 위한 목표는 꿈이라고 하기엔 다소 메달랐으니까.

꿈이란 본디 내게 없는 것을 갈망하는 것이기에 이루기 어려운 법이다. 나 역시 그러한데, 나의 꿈은 바로 운동과 악기 연주다. 뇌가 신호를 잘못 보내는지 아니면 몸이 뇌를 무시하는지 몸으로 하는 건 죄다 소질이 없다. 평생을 저질 체력에 근육이라고는 찾아볼 수 없는 종이 인간으로 살아왔고 운동은 피하기만 했었다. 그러다 우연히 그룹 PT를 받게 됐는데 너무나 신세계였다. 땀을 흘리며 몸을 움직이다 보면 아드레날린이 분비되고 묘한 해방감마저 느끼게 된다. 그 이후로 ‘근력왕’이 내 꿈 목록에 추가되었다. 물론 아직 남들보다 기록도 늦고 윗몸일으키기 열 개를 간신히 채우지만 언젠가 벤치프레스 15킬로그램을 당당히 들어 올릴 그날을 매일 꿈꾼다.

악기 연주는 조금 더 낭만적이다. 대학생 때 기타를 배우며 A·C·G 코드까지는 쉽게 했는데 B와 F 코드는 아무리 노력해도 영 좋은 소리를 내기 힘들었다. 그때는 포기했다고 생각한 기타의 꿈을 사실 지금까지 남몰래 품고 있다. 마당이 딸린 집에서 고양이와 강아지를 키우고 매일 저녁이 되면 친구들을 초대해 식사를 한 뒤 함께 악기를 즐겁게 연주하는 상상 속 북유럽의 할머니를 꿈꾸면서 말이다. 인생은 길기에 꿈과 희망은 버리지 말라고 하지 않았던가. 설사 버렸어도 얼른 다시 주우면 된다.

현실의 나는 오늘도 일에 치여 운동이나 악기 레슨은 시도도 못해 보고 어영부영 이불 속으로 들어간다. 그래도 가끔 이렇게 가슴을 더듬어서 꿈이 거기에 있는지 확인한다. 내 꿈은 아직 거기 잘 있다. 이루는 길이 멀게 느껴지지만 아무래도 괜찮다. 포기한 게 아니라 천천히 갈 뿐이니까. 복근을 지닌 채로 멋지게 기타를 치는 ‘이상하고 자유로운 할머니’가 되는 여정은 아직 현재 진행형이다.

독자 필진. 이한아

고양이 두 마리와 살고 있는 비혼 여성. 대학에서 글쓰기를 전공했고 브랜딩 관련 회사에서 14년째 직장 생활을 하고 있다. 흥미롭고 다채로운 시선으로 필진 활동을 펼치고 싶다. 이를 통해 더 많은 사람과 공감하고, 소통하게 되기를 바란다.

*무투의 어른을 위한 그림책 읽기 <이상하고 자유로운 할머니가 되고 싶어> 책 제목을 인용했습니다.

엔딩 크레딧이 올라갈 때까지



10여 년 전 한동안 학원에서 아이들을 가르치는 일을 했다. 쓸개에 이상이 생겨 병원 신세를 지게 된 선배를 대신해 ‘땀땀 수업’을 했다가, 뜻하지 않게 정식으로 수업을 맡게 되었다. 누구를 가르치는 일을 하리라고는 생각하지 못했는데 말이다.

내가 선생님이었던 학원은 영화과 입시를 전문으로 하는 곳이었다. 그곳에서는 입시생을 대상으로 영화 분석과 이론을 가르쳤다. 입시생들은 실기 시험을 준비한다는 명목 아래 영화과 학생들이 배우는 내용을 미리 공부했다. 가르치는 수업도 다양했다. 영화 용어, 영화 분석, 영화사, 장르론, 작가론, 단편 시나리오 쓰기 등등. 실제로 이러한 것들이 실기 시험에 출제되었고, 학원에서는 촬영을 제외한 거의 대부분의 이론을 가르쳤다. 입시 학원에서 대학교 영화과 전공 내용을 가르치는 상황은 어딘가 기묘했지만 아이들의 눈은 빛나고 있었다. 녀석들은 학교에서 0교시 수업, 방과 후 수업, 야간 자율 학습 등 빼곡한 스케줄에 시달리며 살아 있는 시체처럼 지냈다. 주말마다 학원 수업을 듣는 일이 벅찼을 텐데, 아이들은 오히려 더 생기가 있는 얼굴로 영화 이야기에 귀를 쫓긋 세웠다.

나 역시 가르치는 일이 즐거웠다. <그랜 토리노>를 분석하며 클린트 이스트우드가 얼마나 뛰어난 감독인지에 대해 이야기를 나누고, 1950년 작 <라쇼몽>이 왜 지금까지 완벽한 작품으로 꼽히는지 함께 분석하는 것은 행복한 일이었다. 학생들이 좋아하는 영화는 동시대 작품들이었다. 가령 <다크 나이트>나 <이터널 선샤인>, <500일의 썸머>, <블랙 스완> 같은. 저마다 자신이 좋아하는 영화에 대해 이야기할 때면 녀석들은 그야말로 반짝반짝 빛났다.

영화는 학생들에게 입시를 위한 수단이기 전에 가슴 뛰게 하는 꿈이었다. 감독이 되고 싶어요. 편집을 하고 싶어요. 촬영을 하고 싶어요. 수업할 때마다, 면담할 때마다 아이들은 영화에 대한 열망을 숨기지 않았다. 수줍게, 혹은 당당하게 꿈을 이야기하는 그 모습은 하나같이 아름다웠다. 더러는 친구 따라 열떨결에 영화과에 응시하는 아이도 있었고, 학교 공부가 싫어서 도피처로 영화과 입시를 택한 아이도 있었다. 하지만 꿈의 농도나 순도가 어느 정도인지는 중요하지 않았다. 대부분의 엔딩은 시작과 다른 때가 많은 법이니깐.

고백하자면 영화는 한때 나의 모든 것이었다. 대학 시절 전공 공부는 뒷전으로 하고 극장과 시네마테크를 내 집처럼 들락거렸다. 하지만 어느새 영화라는 꿈은 삶에서 밀려났고, 그저 지친 현생을 버텨낼 마취제 역할만 겨우 할 뿐이었다. 그즈음 우연히 아이들과 함께 수업을 하게 되었고, 잊었던 꿈이 다시 피어나는 것을 느꼈다. 현실의 삶에 꿈이 이어지지 않아도 꿈을 꾸다는 그 생생한 열망이 아직도 내 안에 있다는 게 신기했다.

그때 가르치던 학생들 중 몇 명과는 아직도 가끔 연락을 한다. 누군가는 원하던 영화과에 입학했고, 누군가는 그러지 못했다. 시간이 지나는 동안 꿈에서 점차 멀어진 아이, 아직도 꿈을 좇으며 영화 주위를 맴도는 친구도 있다. 영화를 직업으로 갖게 됐지만, 꿈과 현실이 섞이는 과정에서 지쳐버린 이도 있다. 한 공간에서 같은 꿈을 꾸었으나 이제 각자 다른 이야기를 만들며 살아가는 아이들. 언젠가는 그들도 그 시절의 나처럼, 다시 한번 꿈꾸는 감각을 느꼈으면 좋겠다. 우리 인생은 생각보다 길고, 아직 엔딩 크레딧은 올라가지 않았으니.

독자 필진. 이태균

책 읽기와 글쓰기를 좋아하는 서울 토박이.

국적 불문, 장르 불문 아주 오래된 고전영화를 좋아하고 1990년대 이후 일본과 홍콩의 대중음악을 즐겨 듣는다.

일상에서 느끼는 소소한 이야기를 나누고 기록하기 위해 펜을 들었다.



나에게는 아주 오래전부터 그 누구에게도 말하지 못한 꿈이 있다. 그 꿈을 이야기하려면, 정말 큰 용기가 필요하다. 왜냐하면 '덕밍아웃'을 해야 하기 때문이다. 그렇다. 나에게는 오래된 '최애'가 있고, 그 최애가 내 꿈의 핵심이다.

2001년 혹은 2002년, 봄 아니면 가을이었던 것 같다. 명동에 갔다가 우연히 노래를 부르는 그를 보았다. 가설무대 위 우뚝 솟은 키에 시선이 멈췄고, 실루엣에 어울리지 않는 감미로운 목소리가 내 귀에 꽂혔다. 그리고 그때부터 그는 나의 연예인이 되었다. 바로 "잘 자요"라는 멘트로 유명한, 느끼함과 스윗함의 그 어디쯤을 오가는 가수 성시경이다. 그의 이름 세 글자를 쓰는 이 순간이 무척이나 떨린다. 모든 것을 내려놓고 좋아하는 마음을 고백하는 덕밍아웃의 순간은 나도 처음 경험하는 일이다. 어디서부터 어떻게 그의 이야기를 시작해야 할까.

팬이 되기로 마음먹은 순간부터 그의 노래는 내 모든 일상에 함께했다. 헤어진 연인에 대한 그리움이 밀려올 때, 비가 내리는 거리를 걸을 때, 취업 불합격 통보를 받았을 때, 열정 넘치게 야근을 하던 그때, 이제는 남편이 된 연인과 불같은 연애를 하던 때, 태교를 하던 때, 육아에 지쳐 눈물 흘리던 날까지. 그의 음악은 언제나 내 곁에서 묵묵히 나를 위로했다.

그래서 그의 노래를 듣게 되면 그 모든 순간의 내가 떠오른다. 불안으로 가득했던 청춘이 이만큼 잘 살아왔음을 기특하게 여기고 또 지금을 감사하게 만든다. 남편은 내가 그의 팬이라는 걸 연애 전부터 알고 있었다. 왜인지는 모르겠으나 남편은 이유 없이 그를 싫어한다. 내 꿈을 들었을 때도 어이없어 했다. 그래서 이 자리를 빌려 남편에게 말해주고 싶다. 그가 부른 노래들이 있었기에 당신과의 연애가 더 달콤했고, 당신과 이별을 다짐하던 순간마다 단호히 돌아설 수 없었다고. 그의 노래 덕분에 우리가 지금까지처럼 행복한 결혼 생활을 유지하고 있고, 우리 아이에게 더 따뜻한 사랑을 줄 수 있다는 걸 말이다.

아, 이제 정말 꿈에 대해 고백해야 할 것 같다. 나의 꿈은 내가 여든 살이 되었을 때, 여든한 살인 그가 여는 디너쇼에 가는 것이다. 이전 여든 살이 될 때까지 덕질을 하겠다는 집착 스티러가 아니다. 오히려 최소한 여든 살까지는 삶을 잘 살아내겠다는 건강한 다짐에 가깝다. 여든한 살의 그가 여전히 노래를 부르고, 여든 살의 내가 그의 공연에 가서 온전히 즐기는 꿈을 이루려면 두 사람 모두 건강하게 잘 살아 있어야 한다. 참으로 마음에 쏙 드는 원대한 꿈이다. 사실 내 꿈의 8할은 그가 만든 것. 무려 20년이 넘는 시간 동안 그가 여전히 앨범을 내고 공연을 하며 본인의 커리어를 쌓아가고 있기에 가능한 꿈이기도 하다. 아마 그러면 내 꿈을 꼭 이뤄줄 수 있지 않을까.

독자 필진. 이혜진

경기도 광주시
오포읍에서 아들을
키우고 있는 주부 독자.
출산 전까지 편집자로
일했고, 육아를 시작하며
'경단녀'가 됐다.
아이와 함께 울고 웃는
육아맘의 행복한 일상을
진솔하고 담담하게
공유할 예정이다.

코로나19가 어서 물러가고 오프라인 콘서트를 자유롭게 열 수 있게 되기를, 그리고 그가 다시 반짝이는 조명을 받으며 무대에 오르는 날이 오기를 기다려본다. 나는 누구보다 먼저 티켓을 예매하고 다시 노래하는 그를 아낌없이 응원할 테다. 그가 오래오래 좋은 가수로 남기를 바라면서. 그때까지 행복한 순간을 열심히 만들어가야지. 오늘은 그의 2집 앨범을 전곡 재생해야겠다.

깊고 어두운 밤이 찾아오면
나의 하루가 다시 시작됩니다.

잠은 지치고 피곤한 일상의 끝이 아니라
건강한 내일을 위한 새로운 출발점.

Mind



내 몸에 꼭 맞는 온기와 함께
예쁜 꿈을 기다려요.

알람이 울리기도 전에 저절로 눈이 떠지죠.
힘껏 기지개를 켜고 창문을 활짝,
차갑고 신선한 공기로 몸을 깨워요.



오늘도 안녕히 주무셨어요?
참 좋은 아침입니다!

깊은 단잠을 자며 꿈꾸기 좋은 계절. “이불 밖은 위험해!”를 외치는 당신에게 채찍 혹은 당근이 되는 겨울철 생활백서를 소개한다.

생활환경 실천 연구소

N. Lab



숙면 MBTI가 말해주는 나의 수면 유형은?

각자의 수면 환경이 다른 것처럼 잠자리 습관과 수면 패턴도 저마다 다른 법이죠. 숙면 MBTI 테스트를 통해 잠잘 때 나는 어떤 유형인지 살펴볼까요? 수면의 질을 높이는 방법도 함께 알아볼 수 있어요!

MBTI

My Bedroom Tendency Indicator



내 이불 속
온도는 몇도?



QR 코드를 스캔하고
지금 바로 테스트하기!



잠들기 전에
하는 행동은?



아침에 잘
일어나는 타입?



수로
꾸는 꿈은?

Test

내 타입에 꼭 맞는 숙면 방법을 실천한다면 꿀잠은 문제없죠.
함께 꿈나라로 떠나고 싶은 친구들과 테스트를 공유해보세요.

난 꿈이 있어요, 그 꿈을 믿어요

그대의 생활 속,
크고 작은 로망을 이뤄줄
소원성취 아이템.

소재 저금으로 착한 지구인이 될테야!

하늘다람쥐, 우파루파, 톱가오리. 멸종 위기에 처한 동물이 생명과 지구를 지키는 귀여운 '소재 저금 인형'으로 재탄생했다. 가정에서 나오는 작은 비닐이나 병뚜껑 등 분리수거하기 애매한 소재의 물건을 놀이처럼 담을 수 있는 플레이31 소재 저금 인형은 아이의 시선에서 지구 환경 문제에 공감하고 지속 가능한 실천을 돕는다. 소재도 취지만큼 착하다. 오염과 방수에 강하고 무독성 소재인 타이벡Tyvek과 기증받은 자투리 원단을 활용해 만들었다. 튼튼한 인형 안에 버려지는 소재를 차곡차곡 모아 저금하다 보면 납작한 인형이 어느새 뽕뽕해지는 것! 이 과정에서 아이들은 쉽게 버려지는 쓰레기에 대해 다시 한번 생각하게 된다. 환경 파괴로 위기에 처한 동물을 지켜주는 착한 꿈을 우리 아이에게 선물해보는 건 어떨까?



Item

더 멋스럽고 친환경적인 집콕 패션의 완성

긴 하루의 끝, 온수 샤워를 마치고 적당히 도톰하면서도 쾌적한 그 무엇을 무심히 걸친다. 여기서 방점은 '그 무엇'에 찍혀 있다. 이번 겨울에는 집콕 패션의 낭만을 실현하기 위해 흔히 '목욕 가운'이라고 부르는 로브를 마련해보는 건 어떨까. 순수한 이집트 목화를 벌집 직조 방법으로 만든 친환경 로브 '카사메라'는 매듭과 재단용 실까지 친환경 원료로 제작해 몸과 마음에 무엇 하나 거슬리는 게 없다. 샤워 후 로브를 입으면 수건 여러 장으로 물기를 닦아내지 않아도 되니 세탁물을 줄여줄 뿐 아니라 겨울철 건조해지는 피부 관리에도 도움을 준다. 이제 포근한 이불 속으로 들어가 꿈처럼 달콤한 인사를 나누자. 여행지 호텔에 온 듯한 색다른 기분으로, 겨울밤 로망이 완성된다.



바른 생활을 돕는 인증의 방식

지구의 온도를 내리고 생태계도 지키는 스마트폰 앱을 만나보자.

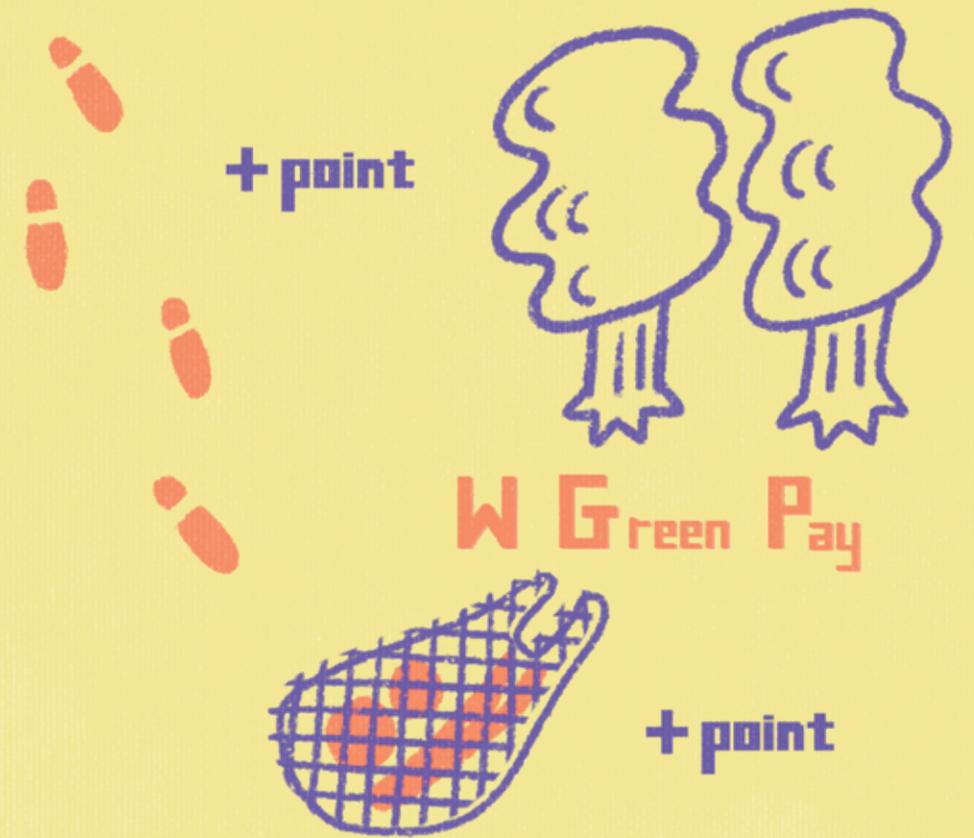


오늘 만난 새로운 자연의 이름을 찾아서

산책 중 마주치는 이름 모를 풀꽃들. “예쁘네” 하고 무심히 지나치기도 하지만 가끔은 그 꽃과 나무의 이름을 불러주고 싶어진다. 그럴 때마다 일일이 검색해 정보를 찾아볼 수도 없는 노릇. ‘네이처링NATURING’은 우연히 발견했거나 이름이 궁금한 동식물을 사진으로 찍어 사람들과 공유하고 주변 생태 정보를 나누는 애플리케이션이다. 가장 특별한 점은 이런 과정을 통해 이용자들끼리 우리 동네 생태 지도를 함께 만들어갈 수 있다는 것. 자연스럽게 내 곁에 살아 숨쉬는 존재에 대해 관심을 갖게 되고, 나아가 환경 파괴에 대한 경각심과 이를 늦추기 위한 실천으로도 이어진다. 오늘도 운동화 끈을 질끈 묶고 밖으로 나가보자. 동네 곳곳을 누비며 생태 지도를 완성하는 시민 과학자가 되기 위해!

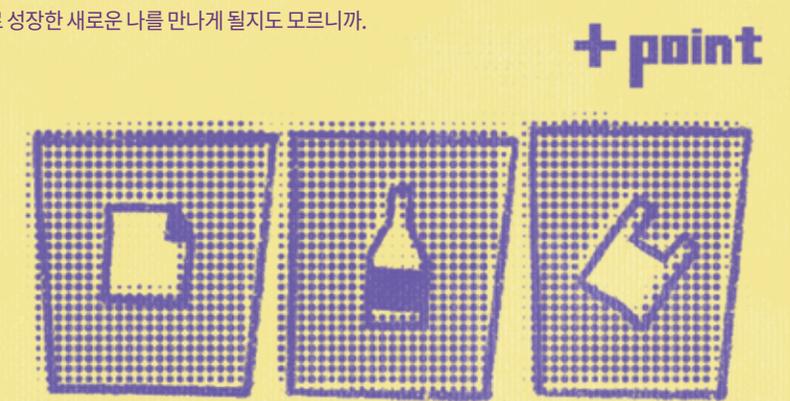


Idea



사소하고 확실한 온실가스 감축 미션 플랫폼

환경 단체 더블유재단에서 만든 애플리케이션 ‘후시HOOXI’는 사용자가 일상생활에서 온실가스를 줄일 수 있는 맞춤형 미션을 제공한 후, 자발적이고 능동적으로 환경 운동을 실천하도록 돕는 플랫폼이다. 사소한 에너지 절약 방법부터 미세먼지를 줄이는 요리법, 일회용품 줄이기와 분리배출까지 다양한 미션이 있다. 이를 수행하고 사진으로 인증하면 성공! 후시의 미션 수행은 단순히 성취감을 느끼는 것에서 끝나지 않는다. 미션을 성공할 때마다 WGPW Green Pay라는 포인트가 차곡차곡 쌓이는데, 후시 쇼핑몰에서 현금처럼 사용할 수 있다. 친구들과 그룹을 만들어 온실가스 감축을 위한 아름다운 경쟁을 펼쳐보는 것도 좋겠다. 어느새 열혈 환경운동가로 성장한 새로운 나를 만나게 될지도 모르니까.



올바른 하룻밤, 개운한 아침

잠을 자는 자세는 수면의 질과 직결된다. 그렇다면 어떻게 자야 좋을까? 가쁜한 아침을 만드는 수면 자세의 정석을 알아보자.

WORST

옆드려 자면 척추가 틀어져 목과 허리가 아플 수 있어요. 피부 탄력에도 좋지 않답니다.



웅크린 자세는 허리에 무리를 주고 불편해서 자다가 자주 깰 수 있어요.



TIP1

똑바로 누워 잠들기 어렵다면 다리 사이에 베개를 끼고 왼쪽으로 누워 자도 좋아요.

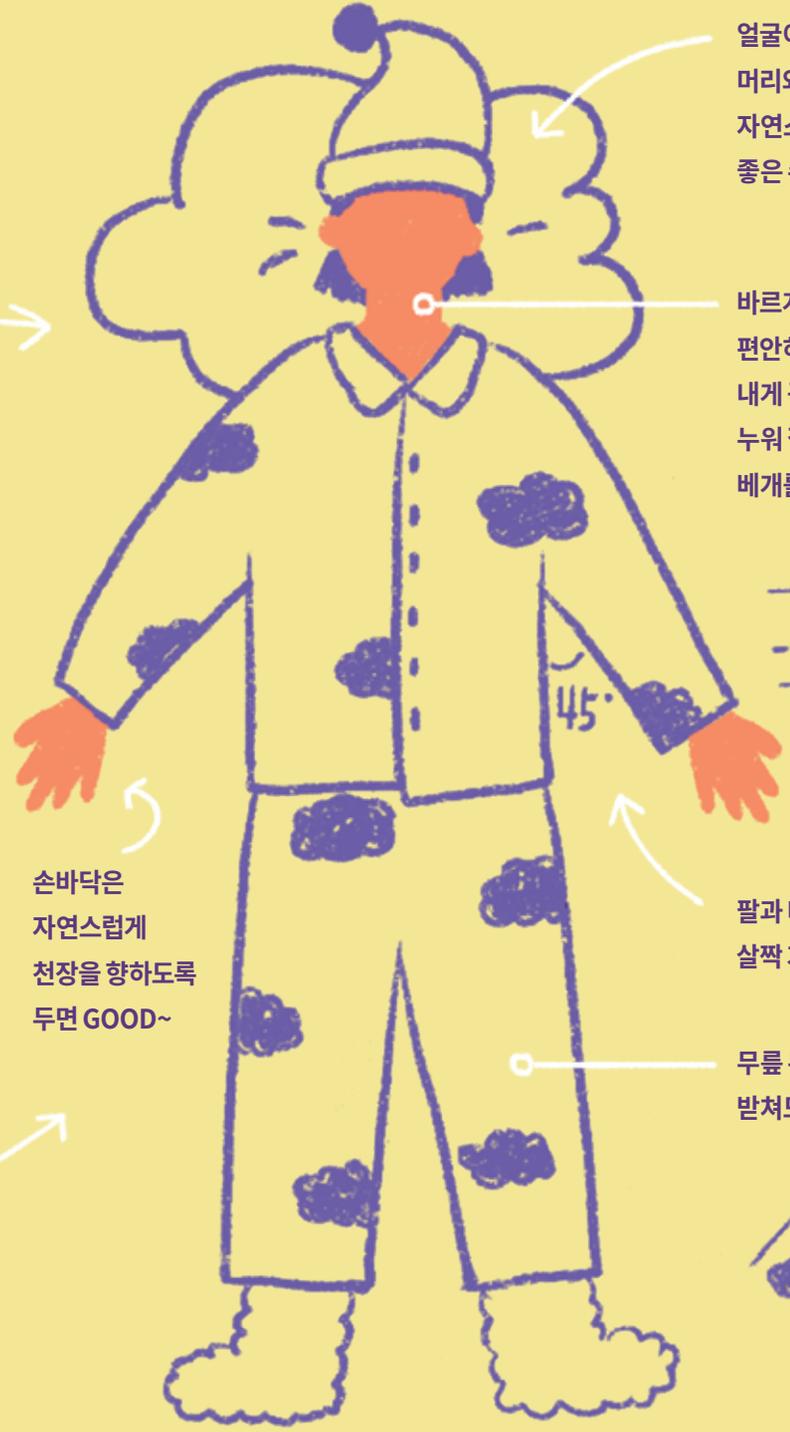


TIP2

저마다 선호하는 강도는 다르지만, 몸무게가 많이 나갈수록 탄성이 좋고 단단한 매트리스가 필요해요.



BEST



얼굴이 천장을 향하도록 누워요. 머리와 목, 척추의 곡선이 자연스럽게 유지되는 것이 가장 좋은 수면 자세예요.

바르게 누웠을 때 목과 어깨가 편안하고 기도가 열려 호흡이 편해야 내게 꼭 맞는 베개랍니다. 한쪽으로 누워 잘 경우에는 어깨 높이를 감안해 베개를 조금 더 높여주세요.



손바닥은 자연스럽게 천장을 향하도록 두면 GOOD~

팔과 다리는 몸통과 45도 각도로 살짝 거리를 두고 편하게 펼치기!

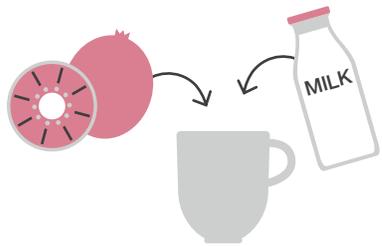
무릎 뒤나 허리에 작은 베개를 받쳐도 좋답니다.



To Do

수면 경제 시장이 다시 성장하고 있다. 면역력과 수면의 질을 높여주는 꿀잠을 구매하기 전에 알아두면 좋은 슬리포노믹스(Sleeponomics) 관련 용어를 짚어본다.

잠잠 무슨 잠? 세상에 파는 모든 잠!



꿀잠 주스

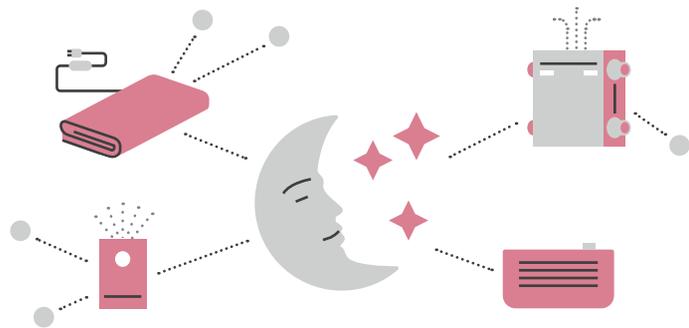
잠 못 드는 인구가 많아지면서 숙면을 유도하는 음료나 인기를 끌고 있다. 신경 안정에 좋은 성분이 들어 있는 상추와 멜라토닌이 풍부한 셀러리, 이노시톨과 엽산이 풍부한 키위 등을 우유와 섞어 직접 만드는 방법도 다양하다. 꿀잠 주스는 잠들기 1~2시간 전에 마신다.

76^{km} / 5^h



수면 버스

최근 홍콩에서는 피로에 찌든 직장인을 위한 수면 버스 관광 상품이 등장했다. 76킬로미터 구간을 5시간 동안 달리는 빨간색 이층 관광버스는 오로지 잠을 자기 위한 공간이다. 승객이 더 편안하게 숙면을 취할 수 있도록 탑승 시 안대와 귀마개도 무료로 나눠준다.



숙면가전

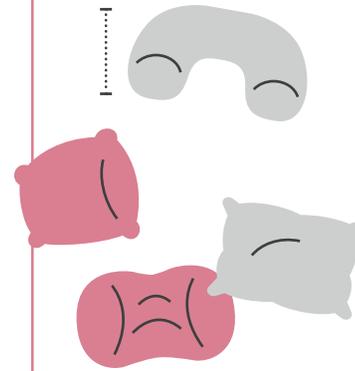
삶의 질 향상에 대한 욕구가 늘어나면서 건강한 수면 환경을 만들고 수면의 질을 높여주는 가전제품 시장이 크게 주목받고 있다. 잠자리의 온도나 습도, 소음을 알아서 조절하고 상쾌하게 기상하도록 도와주는 기기들이 생활 필수 가전으로 자리 잡았고, 이를 숙면가전이라 부른다.

기질 베개

몇 년 전 히트 상품인 마약 베개에 이어 기질 베개, 꿀잠 베개, 찹쌀떡 베개, 무중력 베개 등 이름만 들으면 당장 장바구니에 담고 싶어지는 온갖 베개가 쏟아지고 있다. 머리와 어깨의 긴장을 풀어주는 높이, 뒤척임에 흐트러지지 않는 모양, 피부에 닿았을 때 이질감이 느껴지지 않는 소재를 선택할 것.

6~8^{cm}

적당한 베개 높이는?

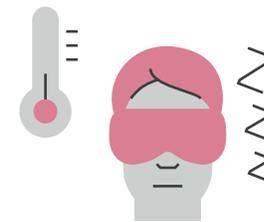


41%

한국인의 수면 만족도

수면 부채

수면이 부족한 현상이 오랜 기간 동안 지속될 경우 건강은 물론 일상생활에 부정적 영향을 미치게 된다는 수면의학 용어다. 돈을 꾸면 빚이 생기는 것처럼, 잠이 부족하면 수면 부채가 쌓인다. 코로나19 팬데믹 이후 한국인의 수면 만족도는 41퍼센트에 그쳐 수면 파산 상태에 이른 것으로 조사됐다.



숙면온도

숙면을 유도하는 온도는 사람마다 차이가 있다. 무조건 온도를 높여 방 전체를 데우는 방법은 실내 공기를 건조하게 만들어 오히려 숙면에 방해가 된다는 사실! 이불 속몸에 직접 닿는 온도로 각자 다른 체질에 맞는 최적의 숙면온도를 맞추는 것이 좋다.

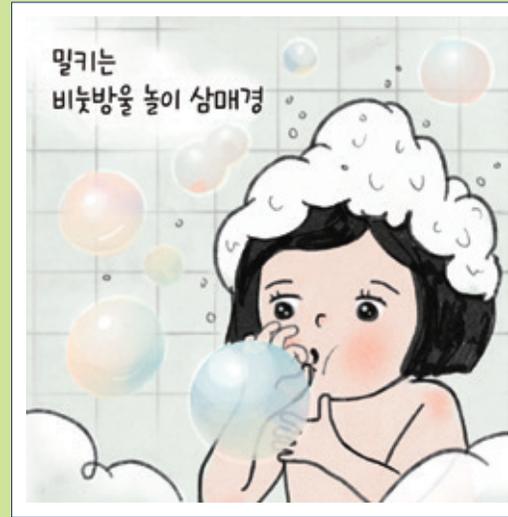


슬립 테크

‘수면Sleep’과 ‘기술Technology’의 합성어로, 첨단 기술을 활용해 수면 관련 데이터를 분석하고 수면을 돕는 것을 뜻한다. 글로벌 수면 시장이 커지면서 수면 산업에 기술을 접목한 비즈니스는 침구나 보조제를 넘어 IoT 기기까지 다양한 분야로 확장되고 있다.

추운 날씨에 푹푹 얼어버린 몸을 따뜻하게 녹여주고
하루의 피로도 풀어주는 온수로 더 행복해진 밀키네 일상을 엿본다.

밀키는 엄마랑 샤워할 때가 제일 좋아요!



추운 겨울을 가장 따뜻하게 보내는 방법, 기분 좋게 온수로 샤워하고 하루를 마무리해보세요.

더 나은 세상을 만드는 <매거진 N> 'BETTER N' 캠페인을 통해
사전 예약해주신 독자 여러분의 새해 소망을 한자리에 모았습니다.
나와 지구, 우리 모두가 더 행복해지기를 바라는 소중한 꿈을 만나보세요.

지구인의 새해 소망을 사전 예약했어요

2022



사람은 뭔가 잃었을 때 비로소
그 소중함을 깨닫는다고 해요. 한 번 건강을
잃어봤기 때문인지 건강의 소중함과 절실함이
더욱 크게 느껴지는 요즘이네요. 그런 의미에서
2022년 가장 큰 소망은 건강입니다. 내년은
아무 탈 없이 건강하게 보낼 수 있기를.

@daegun77

어서 빨리 코로나19가 종식되어
보고 싶은 사람들을 편히 만나고 싶어요.
저희 부부는 직업이 버스 기사와 물류 회사
직원이라서 혹시나 하는 마음에 부모님과
식사 한 번을 제대로 못하고 있네요. 올해는
부모님과 마음껏 대화도 나누며 🍲 식사
한끼 제대로 함께하고 싶어요.

@kilhwa0611

아빠가 작년에 수술을
받으시고 현재 재활 치료를 하고
계시는데, 이번 일을 겪으면서 행복은
멀리 있는 게 아니라 가까운 곳에 있다는 걸
깨달게 되었어요! 빨리 건강 회복하셔서
아빠가 좋아하는 포장마차 우동에
소주잔도 기울이고 함께 배드민턴
내기도 하고 싶어요.

@iam_yourbunny_

사실 저는 거창한 새해 소망은 없어요.
그저 내년도 올해처럼 자전거를 잘 타는 정도면
충분할 것 같습니다. 돌아보면 올해 자전거 탔을 때가
가장 기분이 좋고 행복했던 것 같아요. 코로나19로
힘든 삶이지만 이 정도의 기쁨과 행복이 있다면
잘 버틸 수 있을 것 같아요. 그리고 기회가 된다면
자전거 대회에 한번 출전해보고 싶습니다!

@skc3882



제 새해 소원은 지구온난화와
환경오염으로 몸살을 앓는 지구가 더이상
아파하지 않는 것입니다. 우리 모두를 위해
탄소중립을 꼭 실천해야 합니다.

@spartakim

사진첩에 😊 마스크를 쓰고 찍은 사진들이
점점 많아지네요. 새해에는 마스크 편하게
내리고 활짝 웃는 사진과 영상들을 많이
남기면서 그 행복한 추억을 기록하고 싶어요.
모두가 더 행복하게 웃을 수 있는 날이
더 많아지면 좋겠습니다.

@raky_essay

얼마 전 한식조리기능사 도전했지만
실기에서 연속으로 떨어져서 정말 아쉬웠어요.
비록 자격증 취득은 실패했지만 처음으로 부엌칼을
잡아봤고, 이제 대부분의 가정식 요리는 제가 직접
할 수 있게 됐죠. 올해는 열심히 노력해서 꼭
한식·양식·일식조리기능사 자격시험에
모두 합격하고 세계에서 인정받는
최고의 셰프가 되고 싶어요!

@hgyunoh



저는 매년 김장 봉사에
참여했는데, 올해는 사회적 거리두기로
인해 봉사를 하지 못했어요. 혼자 사는
노년층이나 형편이 어려운 가정에 김치를
전해드리지 못했다는 소식을 들었어요.
내년에는 어려운 이웃을 도울 수 있는 봉사를
마음껏 할 수 있으면 좋겠네요.

@ymb_wn1w

어려운 집안 사정 탓에 서른다섯 살이
되도록 가족 여행이란 걸 못 가봤어요.
작년 추석에 처음으로 가족끼리 인천 바다도
보고 찜질방에서 하룻밤을 자봤는데,
이 평범하고 아무것도 아닌 일이
얼마나 행복하던지! 2022년에는 가까운
국내라도 가족 여행을 많이
다녔으면 좋겠습니다.

@saeha_mama

그동안 육아와 직장 생활
두 마리 토끼를 모두 잡고 싶어서
열심히 노력했어요. 그런데 뒤를 돌아보니
하나도 제대로 한 게 없더라고요. 앞으로는
무조건 잘하려는 욕심을 버리고 제가
부족했던 부분을 조금씩 채울 수 있는
그런 사람이 되고 싶어요.

@1992.1121



두근두근 2022년을 기다리며 감동적인 새해 소망을
보내주신 모든 분께 진심으로 감사드립니다.



우리의 이야기에
가만히 귀를 기울입니다.

다시, 어쩌면 처음으로
느리게 꾸는 꿈을 이야기합니다.

긴 겨울잠을 자고 깨어나면
조용히 싹을 틔우고
세상을 푸르게 만드는 그런 꿈을.

발행일

2021년 12월 31일(통권 제159호)

발행처

서울특별시 영등포구 국회대로76길 22
(여의도동, 한국기계산업진흥회 신관) (주)경동나비엔

담당

IMC팀 박은빈

기획·디자인

리틀바이리틀

사진

포토사위 현명진

일러스트레이션

Atelier Margie & susu

인쇄

(주)나씨앤피

문의

02-3489-2489

팩스

02-3489-2296

홈페이지

www.kdnavien.co.kr

**경동나비엔 소셜 미디어도
지금 방문해보세요!**

 공식 블로그
blog.naver.com/kd_navien

 페이스북
facebook.com/NavienKorea

 인스타그램
instagram.com/kdnavien_official

**쾌적한 생활환경 파트너,
경동나비엔과 더 많은 이야기를 나눠요!**

이메일을 통해 소중한 독자 후기를 보내주세요.
무료 정기구독 신청과 함께 소중한 의견을 보내주시는 분들 중
추첨을 통해 음료 쿠폰을 보내드립니다.

hello_n@kdiwin.com

NAVIENT
LIVING AND ENVIRONMENT
NAVIENT AIRONE

하나의 시스템으로
일상의 모든 순간, 모든 공간을 쾌적하게

나비엔 청정환기시스템


에어모니터


청정환기 유닛


에어 컨트롤러

우리집에도 환기장치가 있다는 사실, 알고 계셨나요?

환기장치란 천장의 공기 통로와 디퓨저를 통해 실내외 공기를 환기시켜주는 장치로,
2006년 이후 인허가된 아파트에 필수적으로 설치되어 있습니다.
지금 우리집 다용도실 등에 설치된 환기장치와 천장의 디퓨저를 확인해보세요.



**하나의 시스템으로
공기청정과 청정환기를 동시에**



공기청정으로 실내 내부의 공기를 깨끗하게 걸러 순환시켜 줍니다.
청정환기로 오염된 공기는 밖으로 내보내고 바깥의 공기는
깨끗이 걸러서 들어옵니다.

Check Point!

- 청정 필터시스템 0.01µm 극초미세먼지 제거는 물론,
세균과 바이러스까지 살균
- 에어모니터 실시간 실내 공기질 정보를 측정해,
공기질 변화를 한눈에 확인
- 자동모드 우리집 공기질 상태에 맞춰 최적의 모드로
신경 쓰지 않아도 자동으로 공기질 관리

LIVING AND ENVIRONMENT



내 삶을 이롭게 하는 구독

우리 모두의 쾌적한 생활을 위해
<매거진 N> 정기구독을 신청하세요.
지구환경에 해가 되지 않는 건강한
삶의 방향을 고민하는 당신에게
계절이 바뀔 때마다 새로운 이야기를
무료로 보내드립니다.