

20세기 패션 최대의 발명품 '지퍼'

20세기를 마감하며 '패션은 시대의 거울'이라는 말이 새삼 되새겨진다. 패션이 사회와 의식의 변화를 가장 직설적으로 드러내왔기 때문이다. 수많은 스타일이 등장했다 사라져가고 또 부활을 거듭해온 지난 세기, 패션을 대표해줄 스타일과 인물은 누구일까. 세계의 패션관계자들은 지난 세기 '패션혁명의 주도자'로 '바지'를 꼽았으며, 지난 천년 '최고의 패션발명품'으로는 지퍼를 지목했다. 그리고 디자이너 코코 샤넬이 남긴 '옷은 단순해야 한다'를 지난 세기 기억에 남을 발언의 하나로 선정함으로써 그가 명실공히 20세기 최고의 디자이너였음을 확인해 주었다.

1916년 첫 컬렉션을 통해 여성들에게서 몸을 죄어대던 코르셋과 치마를 부풀린 크리놀린, 거추장스러운 프릴을 벗겨내고, 모조품액세서리로 치장시켜 패션의 대중확산을 시도한 샤넬. 그가 진정 새로운 스타일을 제시한 혁명의 디자이너임에 반대하는 이는 없다. 샤넬이 남긴 것은 옷이 아니라 '옷입는 법'. 그 핵심은 단순함과 활동성이었고, 이것이 바로 여성의 삶을 변화시키는 데 엄청난 기여를 했던 것이다.

미국의 인터뷰전문지 '토크' 99년 12월호는 샤넬이 2차대전 직후 허리를 강조한 '뉴 룩'으로 세계패션계를 휩쓴 크리스티앙 디오르에게 말한 내용을 이렇게 실고 있다.

"당신의 옷은 여성들을 마치 안락의자처럼 보이게 하는군요. 지금은 살롱문화가 아닌 비행기여행의 시대예요. 전화도 들 수 없게 불편한 소매의 옷으로 여성들이 무엇을 할 수 있을까요. 단순함만이 그 답입니다."

지난 10월 파리의 프랭탕 백화점에서는 금세기를 정리하는 의미심장한 패션전시가 열렸다. 제목은 '바지와 자유'. 여성들의 바지착용을 금지해온 나폴레옹시대 법의 폐지 90주년을 기념한 이 전시는 바지가 남성의 옷장에서 오늘날처럼 여성의 옷장으로 옮겨오기까지의 과정에서 단순한 옷을 뛰어넘어 '동등함' '자유' '여성운동'의 상징이 되었음을 보여주었다. 저서 '바지의 역사'를 펴낸 패션사가 로랑스 브냉은 이 전시에 대해 "이는 다양한 의미에서 자유에 관한 전시다. 19세기가 스커트를 부풀린 크리놀린의 시대였다면, 20세기의 상징은 단연 바지다"고 평했다.

소수의 여성운동가들이 입기 시작한 골프 스키복같은 스포츠웨어에서 확산된 여성들의 바지입기는 2차대전과 함께 생활복화에 들어섰다. 전장에 나간 남성대신 공장과 병원 등으로 후방지원에 나선 여성들에게 바지는 일복이자 유니폼이 되었던 것이다. 바지의 편리함을 경험한 여성들은 전후 이를 패션의 영역에 들여놓았다. 60년대말 이브 생 로랑이 내놓은 턱시도 슈트, 70년대에 전세계를 휩쓴 블루진과 핫팬츠, 80년대 여성의 사회진출과 더불어 강력한 지지를 받았던 남성풍의 파워슈트로 바지는 그 스타일을 바꿔가면서 디자인과 소재, 착용장소 등에 아무런 제한없이 여성들 곁에 일상복으로 자리를 잡아왔다.

'뉴욕타임스' 매거진이 최근 밀레니엄 특집에서 선정한 '지난 천년의 발명'에서 유일한 패션발명품으로 꼽힌 지퍼. 1893년 '롭니 잠금장치'란 어슬픈 형태로 첫선을 보인 이래 여러단계의 개선과정을 거쳐 1917년 기드온 섀벨이란 사람에 의해 오늘날과 같은 완성도를 갖게 되었다. 제1차 세계대전에 이 '후크없는 여밈장치'는 구명조끼와 육군 해군의 전투복에 사용됐고, B F 굿리치사에 의해 드디어 '지퍼'라는 이름을 얻게 되었다.

그러나 지퍼가 패션화 단계에 진입한 것은 60년대. '의복의 언어'의 저자 알리슨 루리는 "천말에 숨겨져 있던 지퍼가 당당히 모습을 드러내고 금속에서 플라스틱으로, 다양한 밝은 색상으로 변모하며 60년대 룩의 한 상징이 됐다"고 지적했다. 제2차 대전이후 지퍼는 '바이커 룩'을 대표했고, 말론 브랜도는 영화 '난폭자'로 이를 젊은이들의 스타일로 정착시켰다. 지금까지도 금속지퍼를 단 검은 가죽재킷은 스피드와 폭력성, 그리고 섹스의 이미지로 남아 있다. 열린 옷의 지퍼는 남녀 모두에게 '소리 없는 유혹'이라는 게 루리의 정의다.

〈출처: 문화일보 99-12-13〉



해외출원! 국내출원일로부터 반드시 1년 이내에

실무상 우선권 기간을 놓쳐 국내에 특허출원한 날로부터 1년이 지난 것은, 국내에 특허출원을 하고 1년 6개월내에 그 발명의 내용이 일반인들에게 알려지지 않았다면 해외에 출원 할 수있다.

그러나, 이러한 출원을 한 경우에는 출원인은 상당한 위험을 감수해야한다.

즉, 타인이 동일성이 있는 발명을 본인의 국내특허출원일 이후에 외국에 특허출원을 한 경우에는, 이로 인하여 1년이 지나서 한 해외출원은 거절될 수 있기 때문이다. 이는 출원일 즉 특허성의 판단 기준일의 소급효의 이익을 받을 수 없기 때문이다.

특히, 전자분야의 발명품은 그 발전의 속도가 매우 빠르므로 하루라도 빨리 출원하는 것이 제대로 보호 받을 수 있는 지름길이다.

숫자, 그냥 지나치십니까?

99년도 소비자가 뽑은 히트상품에도 애경유자의 덴탈크리닉20800이 들어있고 아직까지도 소비자가 사랑하고 있는 콘택600(감기약), 7UP(사이다), 3000리호자전거등이 있다.

숫자상표를 보면 시대상도 엿볼수 있는데 80년대의 독수리 5형제, 600만불의 사나이, 국풍81, 은하철도999, 프로야구가 시작되던 해에 1루타, 2루타, 3루타, 2Ball, 4타수 4안타, 88올림픽을 전후로 하여 88비엔나, 88골렘쇠, 88스세지, 90년대초의 아웃렛상표, 0십이 양념치킨, 환경을 중시하면서 Super Bio-2등 바이오상표, 컴퓨터를 상용하면서 386, 486, 586이 등장하고, 최근에는 통신시장의 뜨거운 경쟁으로 자사상품의 번호인 001, 002, 011, 012, 015, 016, 017, 018, 019, 082, 01577등이 있고, 2000년도를 맞아 밀레니엄 관련상표(밀레니엄2000, 스피드2000, 스튜디오2000, Vision 2000, 2000년 과자, Tech21, unitel21)가 뜨고 있다.

자사(自社)홍보 및 제품을 알리는 수단으로는 63골든타워(63빌딩), YTN24(24시간 방영) 자유정의진리 1905(고려대학교의 설립취지 및 개교년도)등이 있고 부르기 쉽고, 외우기 쉽고, 관념을 연상케 하는 것으로 8257(빨리호출), 8272(빨리처리), 8282(빨리빨리), 8557(바로호출), 8585(바로바로), 1472(일사천리), 7942(친구사이), 7704(칠칠公社), Car 4 You (car for you, 당신을 위한 자동차) 0909(공부공부), We-1527(우리는 10대 20대) 61Club(환갑세대 모임) Food24시 (24시간 내내 음식영업) 그외에 순수 숫자상표로만 된경우로 999, 888, 777, 666, 555, 333, 222, 111등 같은수를 이어서 쓰는 경우 100, 200, 300, 400, 500, 600, 700, 800, 900등의 100단위 숫자 510, 520, 530, 540, 550, 710, 720, 730, 740, 750등의 100단위 + 10단위 숫자 7600, 6600, 5600등의 천단위 숫자 1&1, 4&9, 3&6등 숫자를 &로 연결한 경우가 있다.

숫자와 숫자, 숫자와 문자(한글, 영문)등을 결합하면 소비자로 하여금 쉽게 외우고, 부르기 쉬우며, 기억에 남기 쉬운 독특하고 개성있는 상표를 얼마든지 개발할 수 있을 것이다.

숫자와 결합된 상표가 상당히 좋은 반응을 보이고 있다. 현재 까지 출원된 5,691건중 3,562건이 등록되어 등록율 62.6%를 기록하고 있으며 향후 더욱 늘어날리라 본다.

발특2000/01