



우리는 日常生活에서 生存爭
競이란 말을 흔하게 使用하지
마는, 하지만 國內 및 國際社
會에 있어서 諸地域間的 競爭
關係는 실로 生活全般에 걸쳐
熾烈하다 하겠으며 이를 좀더
깊이 생각하면 모두 「아이디어
(Idea)경쟁」이라 할 수 있겠
다.

人生에 있어서 精神的·肉體
의 生活못지 않게 物質生活이
重要하다는 것은 다시 말할 필
요도 없지만 生産手段이 幼稚
하던 物物交換段階에 있어서는
去來當事者인 生産者와 消費者
간의 關係가 單純하여 信用이
별로 問題가 되지 않았다.

그러나 市場經濟를 위주로하
는 商品生産이 支配的인 段階
에 이르러서는 生産으로부터
消費에 이르기까지 去來關係가
複雜해짐으로서 信用이 무엇보
다 重要하게 되었으며 生産者
는 치열한 去來競爭에서 生存
하고자 제 나름대로 아이디어
를 動員하여 좀 더 質적으로



韓 箕 燮
〈個人發明人〉

商標로 마크(Mark)가 실제
로 圖案되어 使用된 것은 學園
社刊 世界百科事典에 依하면 B.
C 2세기 경으로 벽돌·기와·陶
器등에 工人이 標識을 달던 것
에서 비롯된다하며 우리나라에
도 현실에 있어서 綜合商社들
을 위시하여 많은 數의 企業들
이 그들 나름대로 특징있게 디
자인한 商標를 앞세워 경쟁하

그 디자이너의 어느 個人發明인의 주변

優秀하고 便利하며 아름다운
製品을 디자인(design)하고자
努力하게 되었다.

웬만한 都市면 都市나름대
로 商品流通을 위하여 특징 있
는 商店들로 商街나 市場및 百
貨店등의 빌딩 숲을 이루고 있
다. 즉 商店이나 會社마다 信
用的 徵標인 商標및 商號를 아
름답게 디자인하여 낮에는 물
론 어두운 밤에도 네온등도 찬
란하게 信用을 자랑하 듯 뽐내
고 들 있다.

고 있으며 특히 技術提携등으로
많은 로열티(Royalty)를 지불
하고 들어온 世界的인 商品들
이 選好되어 使用되는 것도 그
들 Trade Mark의 훌륭한 이미
지(Image)에 있다고 하겠다.

이 外來商標들 가운데 世界
적으로 널리 알려진 프랑스의
Fashion界의 디자이너 「피에
르 카르뎅(Pierre Cardin)」商
標를 생각하여 보면 우리社會
에도 類似한 文樣으로까지 각종
衣類는 물론 裝身具나 日用商品



등의 文樣으로 流行하던 때를 겪어도 보았다.

1970年代初로 부터 일기시작한 中東地域의 世界的인 Oil景氣는 우리社會에도 波及되어 많은 人力이 海外로 移動하고 輸出의 伸長은 물론 國民經濟規模에 있어서 括目할만한 增進을 보였다. 그러나 社會에 內在하는 痼疾的인 疾患과 諸部

그 商標

이야기

門間의 不均衡 그리고 調和面에 있어서 많은 어려운 問題들이 惹起되었으며 國際적으로 일기 시작한 景氣沈滯는 1979년을 고비로 國內經濟의 어려움을 體驗케 하였던 것으로 생계수단이던 商店을 걸어치우고 職業에 從事하며 얻은 아이디어를 살려 製品을 製作해볼 意圖下에 特許廳에 아이디어를 등록하게 되었다. 그리고 商品에 올려놓을 商標를 마련하고자 國際적으로 널리 알려진 商

”生産者는 치열한 去來競爭에서 生存하고자 제 나름대로 아이디어를 動員하여 좀더 質的으로 優秀하고 便利하며 아름다운 製品을 디자인(design)하고자 努力하게 되었다”

標인 로드링·스튜디오·호프等 幾何學的 圖面이나 製圖上의 精密度등의 이미지(Image)를 聯想하며 苦心하던 일들과 좀더 理想的인 圖案과 디자인을 創案하려고 努力도 해본 경험자의 立場에서 世界的인 디자이너「피에르·카르딩」의 商品은 너무나도 잘 알려진 것이지만 그의 製品의 信用으로 내세운「商標」의 「特徵」은 어떠한 것이겠느냐?”를 생각해 보며 그의 圖案을 分析하게 되었던 바 「Pierre」의 머리글자 P와 「Cardin」의 머리글자 C가 調和된 디자인이라는 것을 알게 되었다.

다시 말해서 人間이 肉眼으로 볼 수 있는 形體의 것과 보이지 않는 推想的인 領域의 調和라고 判斷하였을 때 그 有名「디자이너」의 그「商標」임을 생각할 수 있었다.

人類의 文化가 人間이 理解할 수 있는 것과 理解할 수 없

는 領域(민고 依支하는 四次元의 것과 科學的 삶)의 變遷史였으며 앞으로도 그를 追求하는 過程일 것이지만 社會의 主體가 人間이므로 모든 製品이 衣·食·住 및 肉體의 精神的 만족을 높여주는 人體의 諸器官의 補助手段이라고 생각할 수 있는바 부존자원이 다른 나라 같지 못하며 人口密度는 世界上位水準이고 分斷의 어려움을 겪고 있는 환경일 뿐 아니라 풍부한 低賃金勞動에 依支하던 때를 지난 中進國임을 생각할 때 훌륭한 商品을 生産하는 걸만이 國際競爭力을 向上시킬 수 있으며 氣候좋은 北半球의 溫帶地域에 位置한 오천년 歷史의 文化民族임을 誇示하곤 하는 立場에서 주어진 資源으로 時間과 空間의 理致를 충분히 考慮하여 次元높게 「디자인」한 製品만이 輸出增進은 물론 經濟發展에 寄與할 수 있으리라 믿는 마음에서……. (○)