

## 짝퉁은 가고 '패러디 패션' 뜬다

최근 정치는 물론 영화와 드라마도 패러디 덕분에 재미있어지는 가운데 패러디가 하나의 문화로 자리잡고 있다. 패션계에서도 패러디가 뜨고 있어 고가의 해외 수입브랜드나 유명 상표를 패러디한 티셔츠가 인기종목으로 부상하고 있다.

패러디 티셔츠의 디자인은 단순하다. 일반 면 티셔츠 앞면 한가운데에 브랜드 로고를 응용해 새겨 넣는 식이다. 하지만 브랜드를 교묘하게 바꿔 그 브랜드인 양 파는 모조품, 일명 '짝퉁'과는 구별된다. 브랜드를 재미있게 표현한 '패러디'로 명품을 선호하는 '럭셔리 신드롬'에 대한 반기라고도 볼 수 있다.

코오롱패션산업연구원 정송향 교수는 '이전에는 패션을 자기 과시의 도구로 이용했지만 최근 젊은층을 중심으로 놀이의 대상으로 인식하고 있다. 패션에서 기쁨, 즐거움 등의 심리적인 만족을 얻는 사람들은 명품에 대한 욕구를 유머를 가미한 브랜드 패러디로 풀어나가고 있다'고 분석했다.

요즘 패러디로 뜨고 있는 티셔츠로는 '푸마(PUMA)'의 캐릭터를 변형해 머리부분을 부풀린 '파마(PAMA)', 머리카락을 세운 '펑크(PUNK)', 푸마가 당구를 치는 '다마(DAMA·공의 일본말)' 등이 있다. 푸마가 자고 있으면 '자나(JANA)', 푸마 대신 참치가 뛰면 '튜나(TUNA)', 하마가 뛰면 '하마(HAMA)' 등으로 그 패턴 또한 다양하다.

고급 의류 브랜드 '빈폴(Beangone)'은 자전거 대신 손수레를 끌며 '빈곤(Beangone)'이라는 캐릭터로 발전했다. 푸마가 빈폴의 자전거를 탄 그림은 '임마(IMMA)'로, 남녀가 등을 맞대고 있는 이탈리아 브랜드 '카파(kappa)'의 이미지는 담배 피우는 남자와 울먹이는 여자로 바꿔 '오빠나빠(oppa nappa)'가 됐다.

고가의 수입브랜드도 벗어날 수 없다. 'PRADA(프라다)'는 '9RADA(구라다)'로, 'GUCCI(구찌)'는 '구찌(9UCCI)'로 탈바꿈했다. 브랜드를 희화화한 것은 아니지만 '루이비통'의 'LV' 로고를 학생용 흰색 실내화에 빼곡히 그려 루이비통 실내화를 만든 사람도 있다.

이러한 패러디의 대상이 된 업체는 울상이다. 푸마 코리아 조원섭 마케팅실장은 '패러디가 최근의 문화 코드인 것은 사실이지만 이런 문화를 상업적으로 이용하는 것은 바람직하지 않다. 특정 기업의 경영, 브랜드 가치를 저해한다면 문제가 더욱 심각하다'고 말한다. 현재 독일 본사 법무팀에 패러디 상품의 위법 여부를 의뢰했고, 결과에 따라 대처할 방침이라고 밝혔다.



▲ 최근 유명 상표를 패러디해 인기를 끌고 있는 BEAN GONE(빈곤)과 9RADA(구라다) 티셔츠.

## 중기청, 수출 중소기업에 국제전문 변호사 지원

해외 수출계약이나 투자 등 국제상거래 과정에서 관련 절차나 전문지식 부족으로 애로를 겪던 수출 중소기업들이 국제전문 변호사를 통해 지원받을 수 있게 됐다.

중소기업청은 법무부, 중소기업진흥공단과 공동으로 '수출중소벤처법률자문단'과 '해외법률자문단'을 구성, 중소기업이 수출계약이나 무역분쟁, 투자유치 등 국제상거래 관계시 필요한 법률서비스를 지원한다고 밝혔다.

국제법률관련 5년 이상 경력을 가진 전문 변호사로 구성된 '수출중소벤처법률자문단'은 수출과정에서 발생하는 기초적인 수출법률 애로를 무료로 상담해 주고 계약서 작성·검토 등을 지원하게 된다.

'해외법률자문단'은 무역분쟁 해결, 특허·지적재산권 관련 소송 등 해외 현지(미국, 중국, 일본, 독일)에 진출하는 기업을 대상으로 해당 국가의 법적지식 및 절차가 필요한 사안에 대한 자문도 지원할 예정이다.

국제상거래 관련 법률자문을 희망하는 중소기업은 기초 법률상담은 법무부에, 법률자문단을 통한 자문지원은 중기청 및 중소기업진흥공단에 각각 신청하면 된다.

중기청과 중진공은 수출법률자문 지원 확대를 위해 올해 안으로 온라인을 통한 법률상담도 실시하는 한편 해외법률자문단도 지원성과에 따라 국가별, 분야별로 추가해 나갈 계획이다.

## 특허청 '재택 심사제' 도입한다

특허청(청장 하동만)이 내년 3월 정부 부처로는 처음으로 '재택 심사제도'를 도입한다고 밝혔다. 지난 8월 2일 관련 당국에 따르면 특허청은 내년 초 50명에서 1백여명의 심사관을 선발, 시범 실시해 성과가 좋을 경우 2006년부터 주 2회 실시하는 방안을 검토 중인 것으로 확인됐다.

이 제도는 특허청이 1년여 전부터 사무공간 부족을 정보화로 해결하려는 노력의 일환으로 추진해 온 사업으로 업무 형태 다양화, 생산성 효율 제고, 우수 인재 유치 등의 효과도 노리고 있다.

이를 위해 특허청은 전자정부법 제30조에 근거를 둔 '정보통신망을 이용한 재택 근무' 조항을 적용, 제도 도입의 근거도 확보했다. 특히 재택 심사 환경 구축은 우리나라의 세계적 IT인프라인 국내의 특허넷(KIPONet, 정부가상사실망(GVPN), 생체인식기반기술 등이 총망라됐다는 점에서 관심을 끌고 있다.

특허청은 올 연말까지 외부에서도 특허출원에서부터 심사·등록까지 모든 특허행정 과정을 인터넷에서 처리할 수

있도록 만든 특허넷에 접근할 수 있도록 시스템을 통합, 재택 인터넷 심사를 가능토록 할 계획이다.

시스템 정보 보안을 위해서는 재택 심사관 PC와 권한이 부여된 사용자에게만 접근을 허용하는 행자부의 GVPN을 활용할 방침이며 또 생체인식(지문 및 홍채인식)시스템과 공개키기반구조(PKI)기반의 암호 체계를 이용해 접속자 신분을 확인하게 된다.

이밖에도 중요 문서에 대한 통합인증권관리(EAM) 시스템을 설치, 보안 수준이 높은 미공개 출원건에는 접근을 차단할 예정이다.

특허청은 이같은 제도 도입에 따라 사무 공간 절감 효과 외에 생산성 향상, 업무 집중도 제고, 심사 업무의 유연성 향상 등을 기대하고 있다.

최종인 특허넷Ⅱ 태스크포스(TF) 팀장은 '최근 실시한 설문조사에서도 심사관들이 재택 심사에 많은 관심을 보였다'며 '올 연말까지 재택 심사 환경을 차질없이 구축, 재택 심사제도를 성공적으로 이끌어 나가겠다'고 말했다.

장간만!

## 술, 가장 맛있는 온도는 몇 도?

술은 과연 어느 정도의 온도에서 가장 맛있을까? 갖가지 술을 즐기는데 가장 적당한 '적정 온도'를 알고 마시면 술을 더 맛있게 마실 수 있다는데...

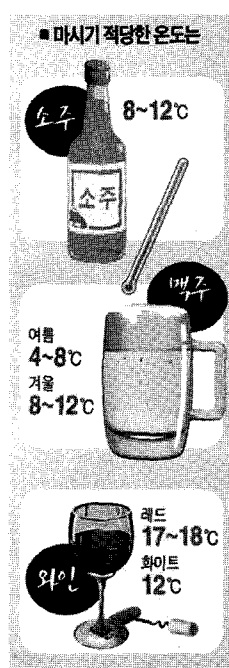
맥주는 계절에 따라 다르다. 여름은 섭씨 4~8도, 겨울에는 8~12도가 가장 적당하다. 맥주의 상쾌한 맛을 내는 탄산이 이 온도에서 가장 활발하기 때문.

'국민 술'이라 불리는 소주에 대해서는 의견이 엇갈린다. 진로는 '참이슬'의 적정온도가 8~12도라고 말한다. 너무 차면 시원스런 느낌 때문에 음식과 조화가 안되고, 너무 더우면 주정의 향이 강해지기 때문.

반면 두산은 '산(山)소주'를 5도에 마시는 것이 가장 부드럽고 목넘김이 좋다고 권한다.

스카치 위스키는 17~18도의 상온에서 보관하였다가 언더락스 잔에 얼음과 같이 넣어서 마실 때 고유의 향과 맛을 가장 잘 즐길 수 있다.

백세주는 8도, 매취순·설중매·천국 등은 5~10도, 삼겹살에 메밀한잔은 10도에서



가장 풍부한 맛과 향을 즐길 수 있다고 주류 회사들은 설명한다.

청주는 일반적으로 15~20도가 적당하고, 데워서 마실 때는 40~45도 정도가 적당하다. 청주의 풍부한 향을 즐기려면 데워서 마시는 편이 낫다고 한다.

와인에 대한 일반론은 '레드와인은 17~18도의 상온으로, 화이트와인은 12도 정도로 차게 마시라'는 것. 하지만 이외에도 다양한 의견들이 있다.

레드와인의 경우, 풀 바디(와인 한 모금을 머금었을 때 입안에 묵직한 느낌이 느껴지는 와인)한 와인은 15~18도, 미디엄 바디(중간 맛)는 13~15도, 라이트 바디(연한 맛)는 10~12도가 추천 온도이다.

화이트 와인의 경우, 짙은맛은 8~13도, 약간 짙은맛은 5~10도, 단맛·스파클링 와인은 5~8도가 적당하다.