

세상에 존재하는 모든 '이름'은 단순한 사전적 의미 이상이다. 태어나자마자 우리에게 입혀진 '이름'도 마찬가지. 타인에게 자신을 알리는 자기의 이름의 가치를 다시한번 생각해 보자.

# Free style

이번주 주제  
**이름(name)**  
◇Free Style은 이론적인 접근보다 감성적 접근을 통해 깨어진 대학문화를 조망해 보고자 기획 테마신문입니다.  
◇Free Style의 격주 게재되는 '경희의 이름'으로 여러분의 의견을 기다립니다.

꽃 김준수

내가 그의 이름을 불러 주기 전에는 그는 다만 하나의 몸짓에 지나지 않았다.

내가 그의 이름을 불러 주었을 때 그는 나에게로 와서 꽃이 되었다.

내가 그의 이름을 불러 준 것처럼 나의 이 빛깔과 향기에 알맞은 누가 나의 이름을 불러다오. 그에게로 가서 나도 그의 꽃이 되고 싶다.

우리들은 모두 무엇이 되고 싶다. 너는 나에게 나는 너에게 잊혀지지 않는 하나의 의미가 되고 싶다.

## 이름이라는 '창(窓)'을 통해 세상을 바라보자

나에게 이름이 없다면? 사랑이라는 단어와 친구, 그리고 그 밖의 모든 것들을 지칭하는 이름이 존재하지 않는다고 가정해 보자. 이 세상에 존재하는 모든 것은 물론, 상상 속에서 존재하는 것들까지 지니고 있는 '이름' 도대체 어떤 의미화의 단계를 거쳐 사람들에게 '사물'을 인식하는 수단으로 자리매김하게 된 것일까. 이름이라는 것의 현대와 과거의 의미는 어떻게 달라

졌으며, 현대에 이름이 갖고 있는 '자산적 가치'에서부터 이름의 의미화과정 그리고 '무형의 자산 가치'로 치부되어 사람들에게서 동원시되던 때에서 이제 최고의 '유행가치'를 지니게 된 브랜드까지.

브랜드나 이름의 다른 가치를 제외하고도 가장 우리 주위에서 접하기 쉬운 것은 바로 우리 자신의 이름이다. '영철'이 '순심'이 등 모두들 하나 씩은 지니고 있는 것. 절대로 필

요하면서도 자체도 까맣게 잊고 있을 때가 태반인 것. 이름에 대한 사회적인 시각과 사람들의 인식정도는 과연 어느 정도일까.

인간의 이름은 인간이 태어나서 죽을 때까지 하나의 인격체로서 다른 인격체와 구분되는 하나의 표시, 혹은 구분 또는 약속이라 볼 수 있다. 또한 성명학에서는 "죽을 때까지나 아닌 타인이 불러 줌으로써 알게 모르게 영향을 주고, 그 영향은 무의식적으로 개인의 행동양식에 영향 끼친다"라고 말한다. 이름은 뭐니뭐니해도 언제나 듣기 좋고 부드러운 것이 부답스럽지 않다. 예전에야 한문 이름이 많아 소리보다는 뜻이 중요하다고 생각했지만 오늘날과 같이 바쁘고 하루에도 수십 번씩 이름이 불러지는 세상에서 이름 글자 하나 하나에 담긴 뜻을 찾을 수도 없는 일이 아닌가. 또 찾아본들 뻔뻔한 의미가 있지는 않을 것이다. 왜냐하면 아무리 깊은 뜻을 담은 글자나 말로 된 이름이라 해도 이름은 그 자체가 소리로 시작해서 소리로 끝나는 운명체이기 때문이다.

또한 이름이 상품에 부여하는 의미는 대단히 다양하다. 현대를 개성의 시대라고 한다. 무엇이나 남다른 것이 좋다는 말과 일맥상통한다 해도 과언이 아닐 것이다. 옷의 모양도 달라야 좋고 구두 모양도 남다른 것이 좋다는 세상이다. 어떠한 상품이라도 특이한 맛이 없이 다른 것들과 같거나 비슷하다면 그 상품의 값어치는 별로 높지 않다. 이처럼 현대사회는 몇 번 또는 기껏 몇십번 쓰고 말 물건에도 이름이 중요하게 되었다.

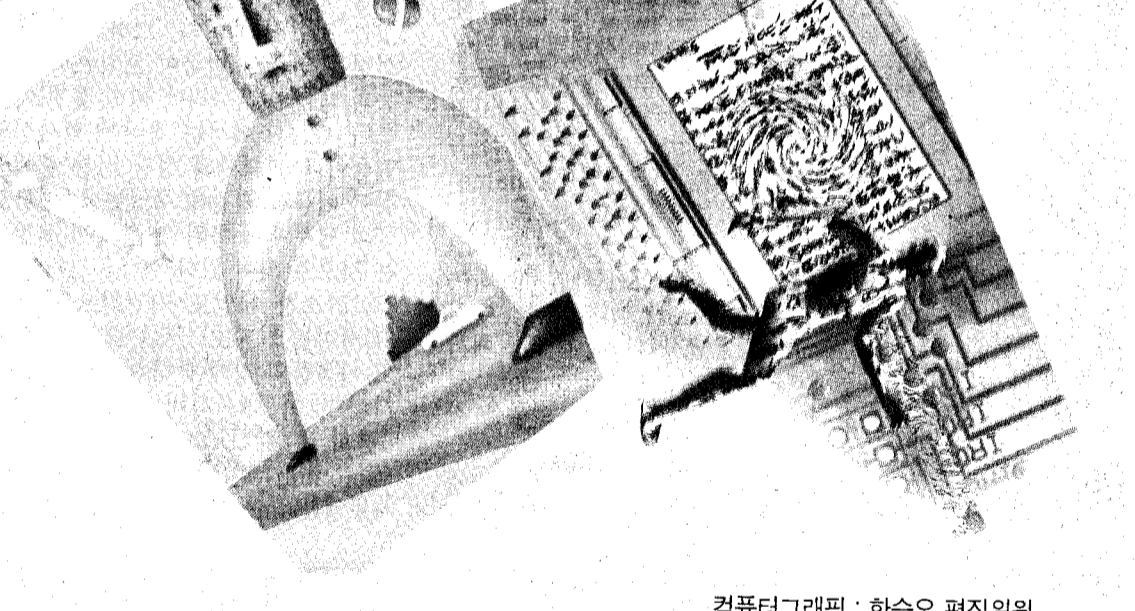
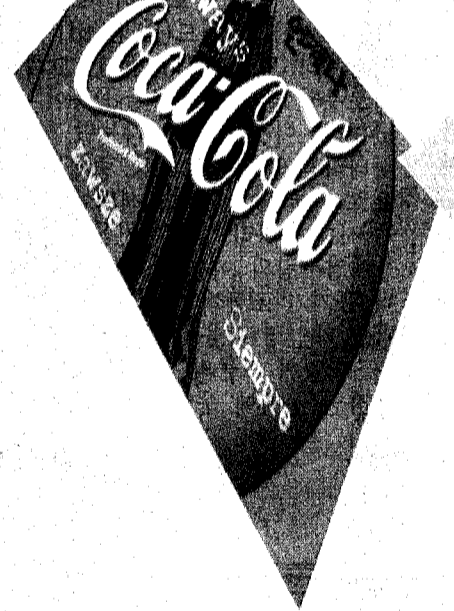
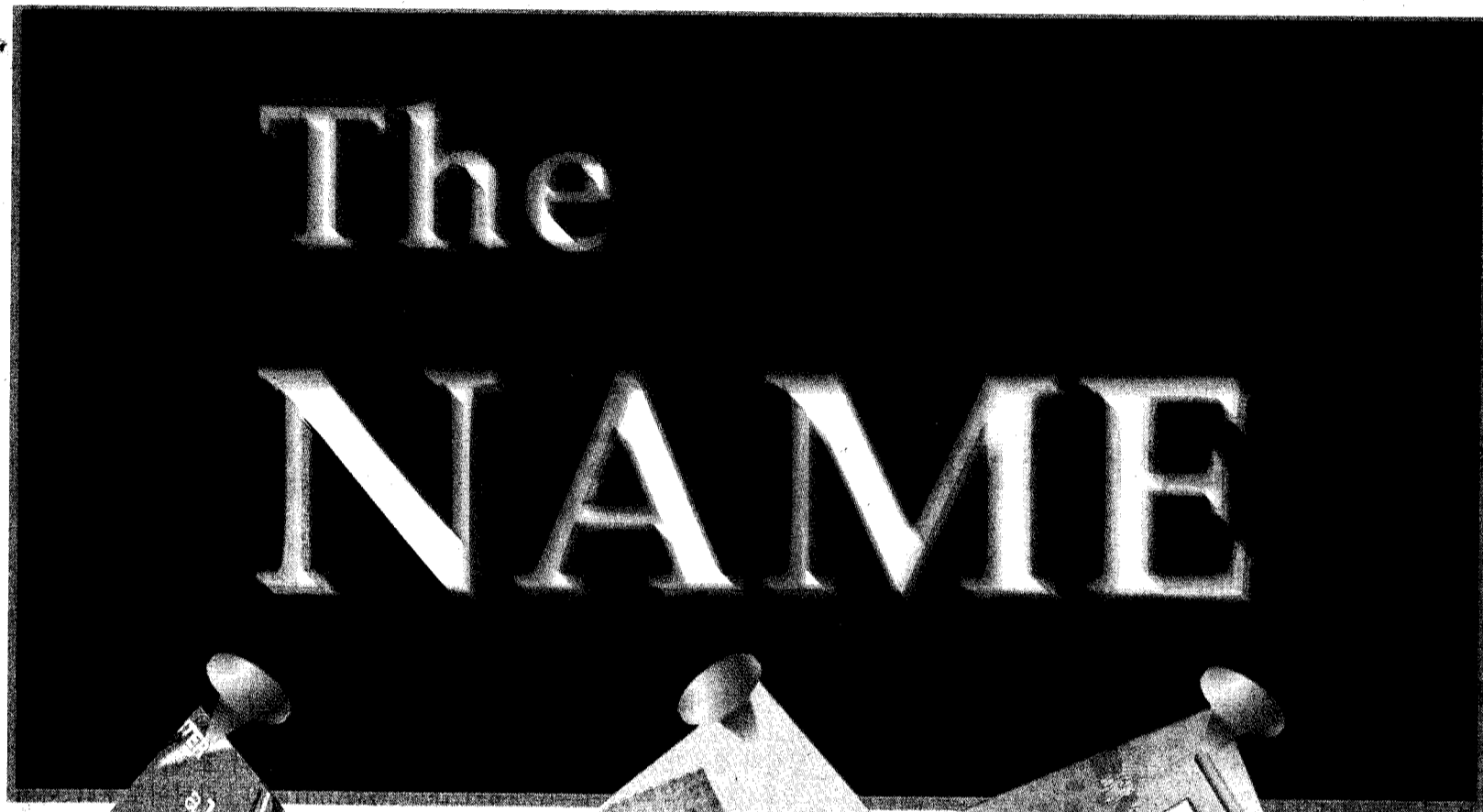
그렇다면 단순한 상품 자체의 이름의 수준을 넘어 상품의 브랜드로서의 자산가치와 브랜드 연상력은 과연 어느 정도인가. 하루에

도 수만 개씩 먹어치우는 '코카콜라', 이 브랜드의 가치를 돈으로 따진다면 얼마나 될 것인지 생각해 본 적이 있는가. '코카콜라'라는 이름의 가치가 자그마치 50조원에 이른다는 사실을 아는 이는 그리 많지 않다. 게다가 97년도에 우리 나라에서 코카콜라 사에 내준 로열티만 자그마치 1조원이었다는 사실은 가히 충격적이다.

현대기업은 브랜드의 가치를 '기업의 존재를 결정하는 중요한 요인'이라고 인식하고 있다. 브랜드는 사람들에게 전달하는 의미를 가질 때만이 비로소 그 가치를 갖는다. 브랜드 연상은 의사결정 과정에서 필요한 정보를 기억하는데 커다란 영향을 준다. 일례로 맥도널드의 M 자형의 아치는 맥도널드라는 브랜드에 대한 정보를 기억해내는데 상당한 도움을 준다.

또한 브랜드 연상은 브랜드 확장의 근거를 제공한다. 브랜드 이름과 신상품 사이에 어울리는 느낌을 창출함으로써 구매동기를 제공하고 구매욕구를 자극한다.

이처럼 사람들이 이름이라는 것에 그렇게 집착하고 또한 의미를 부여하는데 심혈을 기울이는 이유는 무엇일까. 사람들의 생각처럼 이름이 그 사람의 평생을 좌지우지하고, 상품의 명칭이 그 상품의 가치를 결정한다면 이름은 단지 '무형의 자산 가치'가 아닌 '황금알을 낳는 거위'가 될 수 있을 것이다. 이름은 분명히 단순하게 만들어진 것이 아니다. 시대가 흐르면서 사회의 모든 가치관이 투영되어 응집된 낱말임에 틀림없다. 이러한 이름을 통해 이 사회에서 궁극적으로 추구하고자 하는 바가 무엇인지를 되짚어 보고자 한다. (최현일 기자)



컴퓨터그래픽 : 한승오 편집위원

□이름이 갖는 자산 가치

### 좋은이름은 곧 '돈'이다

#### 지적 재산권 확대에 따라 브랜드 네이밍 중요성 확대

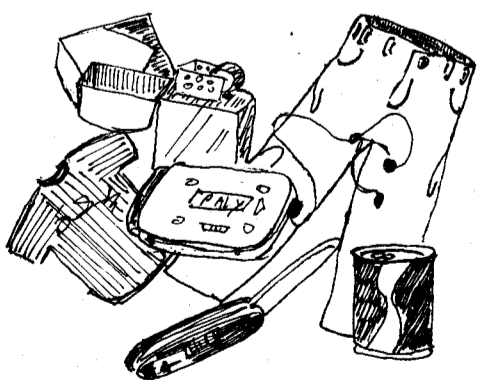
지적재산권으로서의 이름들. 사람뿐만 이름의 재산가치 아니라 짐승, 건물, 제품 등 우리의 주변에 있는 모든 것들은 이름을 갖고 있다. 그런데 이러한 이름들이 이제 재산의 한 부분으로 자리잡고 있다.

우리 주변의 외제 브랜드 역시 이름값으로 많은 원화를 벌고 있다. 이러한 이름은 이미지를 포함한다. '워크맨'이란 단어를 들으면 '소니'를 떠올리고 '소니'라는 기업 이름을 들으면 '워크맨'을 떠올리게 된다. 최고의 이름은 쉽게 기억할 수 있다. 그리고 그러한 이름을 소유한 회사는 법적으로도 보호를 받으며 돈을 벌어들일 수 있다.

우리나라를 포함한 세계 대부분의 국가들은 상표등록을 해야만 제품에 권리를 갖는 '등록주'와 상표출원을 먼저 한 기업에 우선권을 부여하는 '선원주의'를 채택하고 있다.

상표권의 경우 10년의 유효기간을 갖는다. 그러므로 독점적 권리를 계속 유지하려면 유효기간 만료 1년전까지 갱신등록을 출원해야 한다.

또한 상표가 희석화 되어 일반명칭화 되는 것을 막아야 한다. 상표가 일반명칭화 되면 등록상표가 취소될 수 있다. 그 대표적인 경



우가 바로 '아스피린'이다. 상품이나 기업의 얼굴인 상표는 선전 및 광고효과가 여타 지적재산권 분야보다 크다.

따라서 특허청은 작년 7월 30일부터 상표법을 개정하고 '산업재산권분쟁조정위원회'를 통해 상표에 따른 분쟁을 미연에 방지하고 있다.

그러나 국내의 상표법이 약간의 차이가 있기에 외국에서도 상표관리를 철저히 해야만 그 권리를 행사할 수 있다.

(김윤택 기자)

□학교 곳곳 이름의 유래를 알아본다

### 이름도 많고 사연도 많다

이름이란 사람에게만 중요한 것이 아니다. 학교나 건물의 이름도 그 건축물을 만든 목적에 맞거나 회망하는 일이 이루어질 수 있도록 짓는다. 우리학교의 이름과 캠퍼스 곳곳의 이름을 지을 때도 우여곡절이 많았다.

우리학교 개교당시의 이름은 신홍이었다. 원래 신홍이라는 뜻이 미래지향적이고 참신한 이미지를 갖고 있기는 하지만 교명으로서의 적당치 않다는 의견이 교수·학생·졸업생들로부터 모아졌다. 신홍이란 이름이 대중적인 단어이고 또 상호갈기도 해서 심오한 학술을 연마하는 최고학부의 이름으로서 부적당하다는 중론이었다.

그래서 1960년 3월1일을 기하여 교명을 신홍에서 경희로 개명했다. 일단은 이러한 일들을 통해 만들어진 '경희'라는 이름의 유래를 알아보자.

경희(慶熙) 우리학교의 교시는 문화세계의 창조이다. 조선조 후기 영조시대는 문화부흥기였는데 이때의 정경이름이 바로 경희궁이었다고 한다. 영조조 시대의 문화적 부흥을 그대로 계승하자는 의지로 우리학교 이름은 경희가 되었다.

선승문(善勝門) 대운동장으로 들어서는 문의 이름이다. 이 문의 이름은 모든 부문에서 패어플레이 정신을 발휘하여 뜻다운 승리의 영광을 차지해야 한다는 뜻에서 지어진 것이다.

선동호(仙洞湖) 서울 캠퍼스 서남쪽 구릉사이에 위치한 곳에 고황산 계곡에서 흘러내리는 물을 막아 만든 인공호수다. 개교 20주년을 기념해서 만들었다.

화성교(和城橋) 선동호에서 흘러내리는 계곡을 오른쪽으로 내려다보며 올라가는 도로는 이 다리를 통해 대강당으로 연결된다. 이 다리의 이름은 물질과 정신의 화합, 동양문명과 서양문명의 만남을 상징하는 데서 유래한 것이다.

대강당(대청 비둘리아관) 대강당으로 현재 짓고 있는 건물이다. 교문을 들어서면 바로 눈에 들어오는 이 건물은 본관 뒤쪽에서 학교 후문으로 난 길을 따라 가다보면 찾을 수 있다. 비둘리아라는

이름은 1970년대 후반에 시작한 공사가 아직 끝나지 않아 붙여진 별명. 비둘리아라는 비누의 광고 카피인 "아직도 그대로네"에서 그 연원을 찾을 수 있다. 정식명칭은 아직 정해지지 않은 상태. 오랫동안 끝나지 않은 공사때문인지 안기부설, 아담양 자설등 건물에 관련된 풍문도 많다.

경희탑(대청 마당가람) 길모퉁이 마당가의 팔과 비슷한 형상을 띠었다해서 학생들 사이에서 붙여진 이름이다. 경희 잘살기 운동의 일환으로 세워진 이 탑의 정식 명칭은 '경희의 탑'이다.

공관(대청 마법의 성) 공관으로 사용되는 건물이다. 1968년 제2차 세계총장회의에 맞추어 건설하였다. 본관 서북쪽 언덕 위 산중턱에 자리잡고 있는 이 공관은 끊임없이 찾아오는 세계의 석학이나 대학의 귀빈들을 위해 사용된다.

건물 모양이 정말 성처럼 생긴데다 출입이 통제되고 산중턱에 자리잡고 있기 때문에 자연스럽게 마법의 성이라고 불리게 되었다.

사색의 광장 지난96년 완성되어 현재 주변 광장 명소로서 각광받고 있는 사색의 광장. 수원캠퍼스 중앙도서관 앞 넓고 광활한 공간에 위용을 자랑하고 있는 이곳에는 각 자리마다 명언이 새겨져 있고 바닥에 모자이크로 세계지도가 위치해 있는 등 곳곳에 어려없는 정성이 느껴지는 곳이다.

오벨리스크탑 사색의 광장 중앙 분수대 양쪽에 그 위용을 자랑하고 있는 탑. 이집트의 오벨리스크탑과 비슷하다하여 세간에서는 오벨리스크탑이라 불린다. 탑에 새겨있는 제2리데상스 햇볼들어 온누리 불발하자 라는 문구는 경희의 정신을 상징한다.

히람로 수원캠퍼스 정문에서 외대까지 곧게 뻗어있는 길을 일컫는다. 96년도부터 회자되고있는 히람로라는 이름은 학생회에서 이름공모전을 통해 선발한 것으로 알려지고 있다. 그러나 지금은 거의 그 이름이 잊혀져가고 있다. (참고 : 경희 40년사)

(김수란 기자)