

# 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티

## National Identity Reflected in the Olympic Emblems

조승래, 김효성  
부산대학교 예술대학 디자인학과

Seung-Rae Cho(sslcho@hanmail.net), Hyo-Sung Kim(benature2@naver.com)

### 요약

글로벌 사회가 도래됨에 따라 국가의 이미지가 이전보다 더 중요시 되었다. 국가경쟁력이 더욱 중요시 되는 현시점에서 현대사회의 가장 큰 국제적 행사인 올림픽은 세계인의 평화와 화합의장으로서 뿐만 아니라 개최국의 과학과 기술, 문화-예술의 총체적 역량을 보여줄 수 있는 기회의 장이라는 측면에서 그 중요성이 날로 부각되고 있다. 성공적인 올림픽으로 국가의 이미지를 긍정적으로 확립할 수 있으며 올림픽 엠블럼은 성공적인 올림픽을 만드는 핵심 비주얼아이덴티티 요소이다. 이에 본 연구에서는 엠블럼이 국제사회에서 국가의 아이덴티티를 표현하는 중요한 비주얼매개체라는 점에 근거하여 올림픽 엠블럼에 관하여 연구하고자 한다. 올림픽 엠블럼에 나타난 개최국의 아이덴티티 적용사례를 살펴보고 모티브와 표현에 따른 국가아이덴티티 유형을 도출하였다. 또 도출된 유형을 내부지향과 외부지향의 관점에서 경향을 분석하고 국가아이덴티티를 표현한 엠블럼에서 중요시되는 특성을 파악하였다. 따라서 본 연구의 결과물은 국가브랜드 관점에서 한국가의 존재감을 나타내는 표현수단인 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티 유형을 이해하고 향후 국가아이덴티티를 반영한 엠블럼 제작 시 효과적인 국가아이덴티티 전략 수립을 위한 기초 자료로 활용 될 수 있을 것으로 기대한다.

■ 중심어 : | 올림픽 | 엠블럼 | 국가아이덴티티 |

### Abstract

With globalization, national image has become more important. As national competitiveness is stressed, the Olympics is considered as an opportunity to show host country's general capabilities. Positive national image can be built through successful Olympic Games and Olympic emblem is a core element of visual identity to make such Olympic Games successful. This study researches on Olympic emblem based on the fact that emblem is an important visual medium to show national identity. Examples of national identities reflected in the Olympic emblems were reviewed and then categorized by motifs and expression. Trend of such categories has been analyzed from inner-oriented and external-oriented point of view, and characteristics important for those emblems were studied. This study would be able to be used to understand types of national identities reflected in the Olympic emblems, and used as a basic data to effectively establish strategies on national identity.

■ keyword : | The Olympics | Emblem | National Identity |

## I. 서론

### 1. 연구배경 및 목적

과학기술의 발달과 글로벌 사회의 도래로 국가경쟁력이 더욱 중요시 되었다. 이에 올림픽은 세계 최대의 스포츠 문화이벤트로서 개최국의 총체적 역량을 세계적으로 보여주는 압축적 기회의 장으로 자국을 세계에 알리는 무대로 기능하게 되었다. 성공적으로 올림픽을 개최함으로써 도시와 국가의 이미지가 긍정적으로 형성되기도 하고 장기적인 발전과 경제적 또는 경제외적 파급효과를 가져오기도 한다. 성공적인 올림픽은 만드는 데에는 수많은 디자인 요소들이 작용하지만 많은 사람들에게 기억되는 것은 그래픽요소들을 이용한 비주얼 아이덴티티 디자인들이다. 올림픽 엠블럼은 핵심 비주얼아이덴티티 요소로 올림픽 아이덴티티를 기본으로 개최국의 아이덴티티가 융합되어 완성되며 당회의 아이덴티티를 집약적으로 보여주는 중요한 역할을 하고 있다. 이에 개최국들은 전략적으로 자국의 개성이 반영된 특색있는 엠블럼을 제작하여 당회 올림픽 축제의 분위기를 이끌어 나간다. 이렇듯 오늘날의 올림픽 엠블럼은 국가브랜드 관점에서 의미를 두며 그중요성이 날로 커지고 있다. 이에 본 연구는 엠블럼이 정보화·글로벌 시대에 국가 경쟁력을 신장할 수 있는 국가브랜드의 의미가 있음을 보고 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티를 분석하여 연구자료로써 학문적 기초를 마련하고자 한다. 또한 향후 국가아이덴티티를 반영한 엠블럼을 개발할 때 고려되어야 할 특성과 효과적인 전략수립의 방향을 제시함에 의미를 두고 있다.

### 2. 연구방법 및 구성

올림픽의 핵심 비주얼아이덴티티 디자인 요소인 엠블럼이 당회 올림픽의 아이덴티티를 나타내는 차원을 벗어나 정보화·글로벌 시대에 국가 경쟁력을 신장할 수 있는 국가브랜드의 의미가 있음을 보고 개최국의 아이덴티티를 반영하고 표현하는 것을 중심으로 다음과 같이 연구하고자 한다. 먼저 이론적 고찰을 통해 올림픽 엠블럼의 개념을 살펴보고 근대올림픽의 시초가 된 하계올림픽에서 올림픽 심볼인 오륜마크의 등장으로 엠

블럼의 모습을 갖추기 시작한 제10회 로스엔젤레스 올림픽부터 제29회 베이징 올림픽에 이르기까지 현재까지 개최된 올림픽엠블럼의 사례를 통한 실증연구방법을 사용하여 시각화된 국가아이덴티티를 분석하였다. 본 연구의 구성은 아래와 같다.

첫째, 국가를 표현하는 매개체로써 사회·역사·문화·예술·환경 등의 다각적인 면에서 국가아이덴티티의 반영을 살펴보고자 한다. 둘째, 사례분석을 토대로 도출된 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티를 이념적 성격의 상징부분과 조형적인 표현부분의 크게 두 가지 관점에 중점을 두어 특징에 따라 유형을 분류하였다. 셋째, 분류를 통해 도출된 국가아이덴티티 유형들을 국가브랜드 관점에서 사회·역사·문화·예술·환경 등의 어떤 측면이 가장 많은 영향을 미치고 상징이 되어 나타나는지를 살펴보고자 하며 개최국의 아이덴티티가 어떤 표현으로 어떻게 시각화 되는지 그 경향을 알아본다. 이를 바탕으로 차후 국가브랜드 관점에서 국가의 긍정적인 이미지 확립을 위해 국가아이덴티티를 반영한 상징물을 제작 할 때 고려되어야 할 전략방향과 특성을 제시하고자 한다.

## II. 올림픽 엠블럼과 올림픽 개최 국가별 아이덴티티 분석

### 1. 올림픽 엠블럼

엠블럼은 원래 출판사 마크나 출판업자의 날인으로 사용되었던 도장을 기원으로 하며 심볼마크 라고도 불린다. 상징을 담는 그릇으로 어떤 단체의 전형적인 표본이 되는 아이덴티티를 시각적 표현으로 나타낸 것이다. 올림픽에서 엠블럼은 오륜마크와 함께 하나이상의 독특한 부호나 모양의 개성 넘치는 구성요소를 조화롭게 배치한 올림픽대회를 대표하는 상징적 문양이다. 그 회 대회에서의 목표 및 개최국의 이념적인 면과 문화·예술·환경 등의 아이덴티티가 융합된 콘셉트를 집약적으로 보여주며 1924년 제 8회 프랑스 파리 올림픽대회 때 처음 등장하였으나 오륜마크가 추가된 공식 엠블럼 형태는 1932년 제10회 미국 로스엔젤레스 대회 때

정립되어 현재까지 사용되어지고 있다. ‘올림픽 심볼’이라 불리는 오륜마크는 올림픽 이념을 따르고 건전한 경쟁을 기꺼이 받아들이는 세계를 상징하며 현재의 심볼은 “생각을 강화”해서 올림픽을 국제적이며 모든 국가를 환영하는 대회라고 말하고 있다[33]. 파랑, 노랑, 검정, 초록, 빨강의 고리로 엮인 오륜 마크의 5개의 원은 세계주요 5대륙(아메리카, 유럽, 아시아, 아프리카, 오세아니아)을 상징한다. 각각의 색이 특정 대륙을 의미하는 것은 아니며 서로 연결되어 있어 5대륙의 인종과 국가를 초월한 세계의 스포츠를 통한 친선과 결속을 뜻하고 있다.[34] 오륜마크와 함께 배치되는 올림픽 엠블럼의 개성 넘치는 구성요소에는 크게 횡수와 년도, 개최지명을 나타내는 타이포그래피요소와 그 대회를 상징하는 핵심인 그래픽요소 ‘심볼마크’로 구성되어진다. 각 회마다 선택적 사용으로 구성요소 조합의 변화를 띄며 제작되며 그 표현에 있어서는 시대적 영향을 받기도 한다. 요즘에 와서는 타이포그래피요소가 그래픽요소와 콘셉트를 같이 할 뿐 아니라 그 경계가 없이 캘리그래피 표현으로 하나의 그래픽으로 보여 지게끔 나타나는 등 다양한 모티브와 발상에 의한 표현방법을 띄고 있다.

## 2. 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티

국가가 형성되기까지 있었던 무수한 사건들의 축적이 그 국가를 형성하는 사람들의 의식 속에서 통일되었을 때, 그 사람들은 동일성을 가진 집단인 국민이 되며 그 동일성을 바탕으로 국가에 대한 이해를 형성하게 된다. 이러한 국민들의 이해가 모여서 만들어진 것이 국가의 아이덴티티이다. 오늘날의 올림픽 엠블럼은 국가의 본질인 아이덴티티를 다양한 커뮤니케이션 객체에 전달하기 위한 시각 이미지 시스템의 연장으로 개최국민의 소속감 향상은 물론이고 세계에 비취지는 국가의 시각적 이미지로 국가브랜드[35] 관점에서 의미를 둔

다. 성공적인 올림픽 개최를 통해 도시와 국가의 이미지가 일시에 개선되기도 하고 기업의 브랜드 가치가 동반 상승되는 기회가 되기도 한다[36]. 이에 전략적으로 개최국의 개성이 나타난 가장 자국적인 아이덴티티를 확립하여 당해 올림픽 축제의 분위기를 이끌어 나가며, 국제올림픽위원회에 명시된 개최국별 엠블럼의 설명에서 모두 자국만의 아이덴티티요소를 나타내고 있음을 엿볼 수 있다.

표 1. 올림픽엠블럼에 나타난 국가아이덴티티 요소

횟수	개최 시기	엠블럼	개최국	국가아이덴티티 요소
10	1932		미국	성조기
11	1936		독일	독수리, 중(브란덴부르크 문)
14	1948		영국	영국의회 시계탑(빅벤)
15	1952		핀란드	파란색
16	1956		호주	호주지도, 녹색
17	1960		이탈리아	로마전설을 담은 조각, 로마숫자

1 국가브랜드란 한 국가의 자연 환경, 국민, 역사, 문화, 전통, 정치 체계, 경제 수준, 사회 안정, 제품, 서비스, 문화 등의 유형 또는 무형의 정보와 경험을 활용하여 내외국민들에게 의도적으로 심어주고자 기획된 상징체계라 할 수 있다. 다시 말해 사람들로 하여금 특정 국가 또는 특정 국가의 집단, 제품, 서비스를 식별하고 다른 국가와 구별하도록 의도된 이름, 용어, 기호, 심벌, 디자인 또는 이것들의 조합이라고 할 수 있다. 그러나 ‘국가브랜드’란 그것을 알고자 하는 마케팅

주체, 즉 해당국가의 지밀한 기획과 집행 노력을 수반하고 모든 목표 대상들에게 통일되고 일관성 있게 노출된다는 점에서 비의도적이고 비정형적인 속성을 지니는 국가 이미지와는 구별되어야 한다.

18	1964		일본	일장기
19	1968		멕시코	후이츨리 인디언의 문장, 국호(멕시코)
20	1972		독일	빛살왕관
21	1976		캐나다	개최지역명(몬트 리올 M), 붉은색
22	1980		러시아	붉은색, 별
23	1984		미국	성조기
24	1988		대한 민국	삼태극 무늬
25	1992		스페인	푸른색, 노란색, 빨강색
26	1996		미국	성조기, 녹색
27	2000		호주	부메랑, 오페라하우스, 태양, 바위, 파란색, 노란색, 빨강색
28	2004		그리스	올리브화관(코티 노스), 파란색, 흰색

29	2008		중국	한자, 봉인, 중국전통 서법, 죽간체, 홍색
----	------	---	----	--------------------------------

### III. 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티 유형과 평가

#### 1. 국가아이덴티티 유형

##### 1.1 모티브에 따른 유형

에토스를 형성하는 문화적 원형질로 색과 형의 그래픽 요소에 상징적 의미로 나타나는 국가아이덴티티의 요소를 기준으로 삼아 모티브를 추출하였다. 추출된 모티브 유형을 분류하기 위해 문화체육관광부가 2006년 07월 26일에 발표한 ‘한국의 100대 민족문화 상징’ 발굴에 쓰였던 분류를 표본으로 사용하였으며, ‘한국의 100대 민족문화 상징’은 우리민족의 과거부터 현재에 이르기까지 시·공간적 동질감을 바탕으로 형성해온 다양한 분야의 문화를 대상으로 하여 전통과 현대를 아울러 한국을 대표하는 민족문화상징을 개발하고 민족의 문화유전자(DNA)를 찾기 위해 6개의 분류의 틀을 마련하였다. [37]본 논문 또한 민족문화의 정수를 기반으로 한국아이덴티티를 나타내는 모티브들을 대상으로 하며 현대에 되살려져 콘텐츠로의 활용을 분석하는 것으로 6개의 분류들의 사용이 적합하다고 판단되어 이와 동일한 민족상징, 강역 및 자연상징, 역사상징, 사회 및 생활상징, 신앙 및 사고상징, 언어 및 예술상징의 6분야에 걸쳐 분류하기로 한다. 그러나 본 논문은 ‘한국의 100대 민족문화 상징’ 분류를 참고로 저자가 연구를 통해 분류의 기본원칙을 마련한 것으로 실제 ‘한국의 100대 민족문화 상징’ 분류의 개념과 다소 차이가 있을 수 있음을 명시한다.

민족상징은 헌법이나 법률로 지정되거나 관행적으로 정착되어 사용된 것으로 국호를 기본으로 하여 나라깃발, 나라꽃, 나라문장, 나라인장 등을 들 수 있다. 강역 및 자연상징은 자연환경과 관계된 개념으로 천혜의 우수한 자연환경을 기본으로 한 것, 국토의 강역이나 그

것을 나타낸 지도 등 그것을 매개로 자국의 문화와 연계를 가진 것과 자국적인 자연물의 정서를 드러낸 것을 말한다. 역사상징은 인간에 의해 탄생된 공간개념으로 유적, 도구 또는 공간(국토)을 넓히는데 기여한 인물을 포함한다. 사회 및 생활상징은 의·식·주를 대표하는 삶과 관련된 개념으로 삶속에 녹아 오늘날까지 이어지는 놀이와 교육 등의 풍속과 신앙상징의 직관물 등을 포함한다. 신앙 및 사고상징은 정신적 개념의 사상을 나타내며 신, 신앙, 염원의 문화를 포함한다. 언어 및 예술상징은 문화와 문명의 우수성을 나타내는 탄생물의 개념으로 글과 같은 활자문화와 파생된 이야기나 책, 음악, 미술, 춤, 또 그와 관계된 유산 및 도구를 포함한다.

국가아이덴티티2관점에서 민족상징은 헌법이나 법률로 지정되거나 관행적으로 정착되어 사용되어 온 공식 표상인 공식적 상징의 개념을 띄고 있다. 그 외의 강역 및 자연상징, 역사상징, 사회 및 생활상징, 신앙 및 사고상징, 언어 및 예술상징은 국가 운영에 따라 추가로 지정되거나 그 나라만이 가질 수 있는 천혜의 우수한 조건인 비공식적 상징의 개념을 띤다.

표 2. 모티브에 따른 엠블럼 분류

국가아이덴티티 분야	엠블럼사례
민족상징	

2 아이덴티티는 상징으로 대변되며 여러 가지 상징체계 중 인간의 인지와 관련하여 시각화는 가장 간결하고 인지가 빠르며 보편성을 지닌 객관적인 수단이다. 시각화 된 국가아이덴티티는 국가상징으로 볼 수 있으며 국가상징은 일반적으로 공식적상징과 비공식적 상징으로 분류되고 있다. 공식적 상징은 나라마다 차이가 있으나 대부분 헌법이나 법률로 지정되거나 관행적으로 정착되어 사용되어지는 공식 표상이라 할 수 있다. 비공식적 상징은 공식적 상징 못지않게 그 나라의 상징처럼 사용되거나 인식되는 역사적 전통이나 문화적 특수성에 기인한 것들이다.

강역 및 자연상징	
역사상징	
사회 및 생활상징	
신앙 및 사고상징	



1.2 표현에 따른 유형

표현에 따른 유형에서는 국가아이덴티티를 미적 특성의 맥락에서 표면적인 표현에 중점을 두고 모티브의 발상에 의한 표현이라는 방법론적 관점에서 접근하였다. 따라서 아이덴티티라는 추상성의 발현체가 어떻게 형상화 되었는지 표현의 특징에 따라 유형을 분류 하였으며, 기초형태디자인의 원초 작업과정의 하나인 평면 시각 구성[38]의 개념을 기본으로 구상형, 기하형, 자유형의 분류의 틀을 마련하였다.

구상형은 평면 시각 구성의 '순수구성'의 개념과 가까우며 자연형태나 인공형태의 구체적인 실제 형태에서 불필요한부분을 생략하고 필요한 부분을 강조해 복잡성이 배제된 단순화한 것을 말한다. 기하형은 평면 시각 구성의 '형태구성'의 개념과 가까우며 원과 삼각형의 도형 및 기하학적인형태의 직선·곡선형 등으로 구분되는 조형적 특성을 가진 것으로 모더니즘의 경향의 표현을 연상시키기도 하며 구조적이고 기하학적이며 추상적으로 표현된 것을 말한다. 자유형은 평면 시각 구성의 '목적구성'의 개념과 가까우며 포스트모더니즘 경향을 띄며 국가아이덴티티를 지키면서도 그에 얽매이지 않고 자유로운 형태로 변화하여 새로운 상징으로 형상화된 표현을 말한다.

3 구성이란 형태·색채 등을 소재로 하여 시각적 또는 정신적인 요소를 조형적인 것으로 조직하는 일인 동시에 조형 활동을 통하여 느낄 수 있는 미적 효과를 창조하는 것이며, 각 요소들 간의 결합과 대결에서 나타나는 미적 형식을 보다 아름답게 표현하는 일이다.

표 3. 표현에 따른 엠블럼 분류

표현 구분	엠블럼 사례
구상형	
기하형	
자유형	

2. 국가아이덴티티 유형평가

유형평가에서는 모티브에 따른 유형과 표현에 따른 유형에서 나타난 엠블럼의 특징을 국가브랜드 관점에서 국가가 세계를 바라보는 가치관에 따라 크게 두 가지의 관점으로 나누어 유형을 평가하였다.

내부지향은 보수적인 관점으로 내셔널리즘 시각의 자국의 위엄을 나타내는 정통적인 특성에 비중을 두는 경향을 말하며 권위적 성격을 띄며 구체적인 대상을 부각시키는 확고적이고 딱딱한 표현을 말한다. 외부지향

은 개방적 관점으로 인터내셔널리즘 시각의 세계적인 문화, 공감적인 특성에 비중을 두는 경향을 말하며 감성적이거나 친화적인 성격을 띤다. 복합적인 것들을 포함해 새롭게 창조된 형태로 감성을 최대한 살리려는 노력이 옛 보이는 자유로운 형태로 좀 더 다양한 활용성에 중점을 둔 친근하고 유연한 표현을 말한다.

### 2.1 내부지향

모티브에 따른 유형에서는 대표적인 공식적 상징들-현범이나 법률로 지정되거나 관행적으로 정착되어 사용되는 공식표상-로 국가의 정통성과 존엄성을 나타내는 위엄 있는 소재로 국가의 권위를 나타내는 민족상징 분야가 내부지향의 성격을 띄는 것으로 나타났다. 또한 비공식적 상징의 범주에 속하긴 하나 프로파간다적 목적에서 모티브를 사용한 신앙 및 사고 상징 분야가 내부지향의 성격을 띄는 것으로 나타났다.

표현에 따른 유형에서는 초기 도입기의 모티브의 순수한 형태를 이용한 위엄 있는 딱딱한 형태의 구상형 표현이 내셔널리즘의 성격을 여실히 보여주며 내부지향의 성격을 띄는 것으로 나타났다.

### 2.2 외부지향

모티브에 따른 유형에서는 역사적 전통이나 문화적 특수성에 기인한 것들로 국가의 강한색채를 나타내는 것이 아니라 거부감 없이 세계인의 공감을 이끌어 낼 수 있는 비공식적 상징으로 강역 및 자연상징, 역사상징 과 언어 및 예술상징, 사회 및 생활상징 분야들이 외부지향의 성격을 띄는 것으로 나타났다.

표현에 따른 유형에서는 자국만을 인식시킬 수 있는 구체적인 실제 형태가 아닌 새롭게 재해석된 상징으로 기하형과 자유형 표현이 외부지향의 성격을 띄는 것으로 나타났다. 올림픽 아이덴티티 디자인 트렌드 연구(조항수·윤주현, 2007)에 따르면 1924년~1960년을 도입기, 1964~1988년을 확립기, 1992년~현재까지를 변화 확장기로 보고 있다. 확립기의 기하형에서는 내셔널리즘을 거부하는 움직임이 보이며 인터내셔널리즘의 국제적인 시각에서 통일된 전체 안으로 복잡하고 다양한 부분이 통합되고 장식이 절제된 단순화된 형태로 모더니

즘 영향의 세계인을 위한 그래픽 표준으로의 엠블럼으로 개선된다. 변화확장기의 자유형에서는 포스트모더니즘영향의 탈장르와 매체의 확산, 사람들의 의식구조가 변화되었고 새로운 것들이 요구되었다. 이에 따라 과거의 전통이나 민족성에 관심을 가지게 되면서 장식적 요소와 역사적 요소의 중요성을 강조하게 되었고 [39] 기하학 형태의 기계적인 표현이 주는 딱딱한 긴장감을 해소시키며 동시에 인간의 자연스러운 근본 정서에 호응하는 캘리그래피 기법 등이 나타나기 시작 하였다. 이는 인간의 심성에 가까운 편안하고 개성 넘치는 창조된 조형표현으로 디자인 표현 영역의 확대와 더불어 자유분방함으로 대변되는 포스트모더니즘의 영향과 사회경향의 변화와 함께 휴머니즘으로 회귀하는 디자인으로의 변화[40] 하고 있음을 보여 준다.

표 4. 국가아이덴티티 유형 평가

관점 구분	모티브에 따른 유형	표현에 따른 유형	합계
내부 지향	민족상징분야 신앙 및 사고상징 분야	구성형	18
외부 지향	강역 및 자연상징 분야, 역사상징분야 언어 및 예술상징분야, 사회 및 생활상징분야	기하형, 자유형	29

## IV. 결론

본 논문에서는 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티를 대상으로 연구가 이루어졌으며 세 가지의 연구 과정을 통해서 결론을 도출하였다.

첫 번째 과정에서는 올림픽 엠블럼 사례를 통해 국가아이덴티티의 반영을 발견하는 것이었다. 실증연구 결과 제10회 1932년 미국 로스엔젤레스 올림픽부터 제28회 2008년 중국 베이징올림픽까지 모두 자국만의 독특한 아이덴티티요소를 가지고 있었으며 구체적인 국가아이덴티티 요소들을 추출 하였다.

두 번째 과정에서는 그에 따른 모티브와 엠블럼의 표현의 특징을 찾으며 유형을 도출하였다. 모티브에 따른 유형에서는 국가가 지향하는 방향에 따라 민족상징, 강

역 및 자연상징, 역사상징 과 언어 및 예술상징, 사회 및 생활상징, 신앙 및 사고상징 분야 순으로 분포를 보였다. 표현에 따른 유형에서는 시대별로 뚜렷한 유형의 변화를 보였다. 구상형의 표현은 크게 1932년~1960년대의 분포를 보이며 이후 1996년, 2004년에도 그 표현이 잠깐 나타났으나 전체적으로 도입기와 유사하게 올림픽 초기에 나타났다. 기하형의 표현은 확립기와 일치하며 1964년~1988년까지 분포로 나타났으며, 자유형의 표현은 크게 1992년~2008년의 분포를 보이며 변화확장기와 유사하게 나타난 것을 알 수 있다.

세 번째 과정에서는 도출된 유형을 토대로 내부지향과 외부지향의 관점에서 유형의 평가가 이루어졌다. 모티브에 따른 유형에서는 국가의 정통성과 존엄성을 나타내는 대표적인 공식적 상징들로 위엄 있는 국가의 권위를 표출하기 보다는 태생적 환경이나 문화적 특수성에 기인한 친혜의 우수한 조건으로 쉽게 공감을 이끌어 낼 수 있는 국가의 비공식적 상징의 반영에 높은 비중을 두는 것으로 외부지향의 경향을 보였다. 표현에 따른 유형에서는 시대별로 뚜렷한 차이를 보였으며 과거에는 구체적인 대상을 강조해 국가아이덴티티를 부각시키는 구상형 표현의 내부지향에 중점을 두었다면 이후 확립기, 변화확장기로 갈수록 인간심성에 가까운 표현의 디자인으로 회귀하는 것을 엿볼 수 있다. 이는 세계를 아우르는 유연한 표현과 좀 더 다양한 활용성에 중점을 둔 외부지향 성격으로 경향의 변화를 보여주며, 모티브에 따른 유형과 표현에 따른 유형이 전반적으로 외부지향 경향을 보임을 알 수 있다. 이러한 분석들을 바탕으로 국가브랜드 관점에서 국가아이덴티티 확립에 긍정적인 반응을 이끌어 내기 위한 향후 엠블럼의 전략 방향을 고찰하였고 다음과 같이 그 결과를 요약하고자 한다.

첫째, 모티브의 상징적인 측면에서는 비공식적 상징의 친근한 소재의 사용이 요구된다. 올림픽은 자신들만의 잔치가 아니다. 다원화된 국제사회환경에서 전 세계 인들과 화합과 평화를 도모하는 시간인 만큼 세계적인 공감을 이끌어 낼 수 있는 국가이미지 확립이 요구된다.

둘째, 표현의 방법론적인 측면에서는 인간의 자연스

러운 근본 정서에 호응하는 편안하고 개성 넘치는 창조된 조형표현이 요구된다. 포스트모더니즘의 탈장르, 자유분방한 표현은 긍정적 이미지 형성 더 큰 공감을 이루어 낼 수 있을 것이다.

본 연구는 올림픽 엠블럼에 나타난 국가아이덴티티에 관한 세 가지의 연구를 통하여 국가아이덴티티를 국가브랜드 측면에서 고찰하였다. 연구를 바탕으로 얻어진 결과들이 추후 국가아이덴티티를 반영한 엠블럼 디자인 시에 유용한 자료로 쓰여 보다 긍정적인 이미지 확립에 도움이 될 수 있을 것으로 전망한다.

## 참 고 문 헌

- [1] 조항수, 유주현, *올림픽 아이덴티티 디자인 트렌드 연구*, 서울대학교 미술대학 디자인학부, 2007.
- [2] 박미영, *올림픽 픽토그램 디자인 변화에 관한 연구*, 성균관대학교 디자인대학원, 2003.
- [3] 박경, *문화적 아이덴티티를 반영한 현대 픽토그램에 관한 연구*, 홍익대학교 대학원, 2005.
- [4] 최민희, *국가 브랜드 이미지를 위한 정부부처 아이덴티티 디자인에 관한 연구*, 한양대학교 디자인대학원, 2009.
- [5] 이아수, *올림픽 디자인과 전통문화의 상관성에 관한 연구*, 한남대학교 미술학과, 2009.
- [6] 이은영, *올림픽 픽토그램 변천과정 연구*, 숙명여자대학교 대학원 산업디자인학과, 2006.
- [7] 이정희, *조형양식의 변천에 따른 디자인 변화에 관한 연구*, 건국대학교 산업대학원, 2001.
- [8] 김민수, *한국 현대디자인과 추상성의 발현*, 서울대학교 산업디자인과, 1995.
- [9] 박일선, *아이덴티티 디자인의 가변성에 관한 연구*, 서울산업대학교 산업대학원, 2007.
- [10] 정성태, 김창규, Jeffrey Segrave, Donald Che, *올림픽의 사회학*, 중앙일보사, 1984.
- [11] 조좌호, *세계문화사*, 박영사, 1991.
- [12] 김원길, *국가상징물 위상에 관한 연구*, 국가상징기념물연구소, 2009.



[13] 이순인, 박희면, 손동범, 허석, 산업자원부, 한국 디자인진흥원 공저, 국가상징물 제작 및 국가기관 CI연구 -청와대를 중심으로-, 한국디자인진흥원, 2004.

[14] 정시화, 산업디자인 150년, 미진사, 1992.

[15] 김민수, 김민수의 문화디자인, 다우출판사, 2002.

[16] 고픽종, 심볼디자인의 이해, 예경, 1996.

[17] MBC 아나운서국, 올림픽 총서 2008, MBC 문화방송, 2008.

[18] KBS 한국방송사업, 올림픽 '88 제1집 역사편 3000년을 편다, 한국방송사업단 출판부, 1982.

[19] 오병근, 강성중, 정보 디자인 교과서, 안그라픽스, 2008.

[20] 박선의, 최호천, 비주얼 커뮤니케이션 디자인, 미진사, 1999.

[21] 유재웅, 국가이미지, 커뮤니케이션북스, 2008.

[22] 리처드D.자키아, 시지각과 이미지, 안그라픽스, 2007.

[23] 락시미 바스카란, 한 권으로 읽는 20세기 디자인, 시공사·시공아트, 2009.

[24] 마크 고베, 감성디자인 감성브랜딩 뉴트랜드, 김앤김북스, 2008.

[25] 데이비드 라우어, 조형의 원리, 예경, 2002.

[26] 권상구, 기초디자인, 미진사, 2002.

[27] 진과일남, 대십청사, 디자인 기법강좌 5, 낙원출판사, 1977.

[28] 전성권, 봉상균, 이정호, 문수근, 김기수, 기초시각디자인, 서울산업대학, 1988.

[29] 미셸 루트번스타인, 로버트 루트번스타인, 생각의 탄생, 예코의 서재, 2007.

[30] <http://www.olympic.org/>

[31] <http://ko.wikipedia.org/>

[32] <http://www.ebuzz.co.kr/>

[33] <http://ko.wikipedia.org/>

[34] <http://terms.naver.com/>

[35] 유재웅, 국가이미지, 커뮤니케이션북스, pp.18-19, 2008.

[36] <http://www.ebuzz.co.kr/>

[37] <http://www.mcst.go.kr>.

[38] 권상구, 기초디자인, 미진사, p.46, 2002.

[39] 이정희, 조형양식의 변천에 따른 디자인 변화에 관한 연구, p.349, 2001.

[40] 이정희, 조형양식의 변천에 따른 디자인 변화에 관한 연구, pp.346-368, 2001.

저 자 소 개

조 승 래(Seung-Rae Cho)

정희원



- 1974년 2월 : 홍익대학교 미술대학 시각디자인학과 졸업, 동대학원 졸업
- 1982년 5월 : Pratt Institute 대학원 Visual Design과 수료
- 1988년 ~ 현재 : 대한민국산업

- 디자인전람회 초대작가
- 1985년 ~ 현재 : 부산산업디자인전람회 초대작가
- 1985년 ~ 현재 : 부산미술전람회 초대작가
- 1984년 ~ 현재 : 한국시각정보디자인협회 부산지부장
- 1982년 ~ 현재 : 홍익시각디자인협회 이사
- 1982년 ~ 현재 : 현대시각디자인협회 회원
- 1988년 ~ 현재 : 아시아디지털디자인학회 이사
- <관심분야> : 시각디자인

김 효 성(Hyo-Sung Kim)

준희원



- 2006년 2월 : 울산대학교 디자인대학 시각정보디자인학과(학사)
- 2010년 8월 : 부산대학교 예술대학 디자인학과(석사수료)

<관심분야> : 그래픽 디자인, 아이덴티티 디자인