

동계올림픽 통합 아이덴티티의 시각적 구성요소와 특성 연구 - 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽 사례중심으로

이영화

동양미래대학교 시각정보디자인과 조교수

A Study of the Visual Components and Characteristics of the Integrated Identity of Winter Olympics - Focused on the Cases of the Vancouver, Sochi, and Pyeongchang Winter Olympics

Young hwa Lee

Dept. of Visual Information Design, Dong Yang Mirae University

요 약 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 정립을 위해 영향을 미치는 시각적 구성요소의 특성을 알아보고자 사례연구를 실시하였다. 조사 대상은 2010년 이후 열린 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽으로 한정하였다. 1차 조사에서는 시각적 구성요소의 특징을 살펴보고, 2차 조사에서는 디자인의 특성인 일관성, 가변성, 확장성, 연계성을 분석하여 다음과 같은 결과를 도출할 수 있었다. 동계올림픽의 통합 아이덴티티는 시각적 구성요소들의 통합적인 인식을 주는 일관성을 유지하고 있었으며, 사용에 따라 가변성을 보였다. 또한 서로간의 연계적인 이미지를 유지하였다. 그러나 다양한 변화 속에서도 적용매체에 따라 유연하게 활용되는 확장성은 엠블럼과 슬로건에서 미비한 것을 알 수 있었다. 이러한 결과들이 향후 올림픽 엠블럼 디자인 제작에 효과적인 통합 아이덴티티 전략수립을 위한 기초자료로 활용이 되기를 바란다.

주제어 : 동계올림픽, 아이덴티티, 엠블럼, 슬로건, 마스코트, 그래픽

Abstract A case study was conducted to investigate the characteristics of the visual components affecting the integrated identity design of Winter Olympics for its establishment. The targets of the investigation were limited to the Winter Olympics held after 2010, including the Vancouver, Sochi, and Pyeongchang Winter Olympics. The first survey investigated the characteristics of the visual components, and the second survey analyzed the design characteristics, including connectivity, variability, expandability, and connectivity and could draw the following results. The integrated identity of Winter Olympics maintained the connectivity, providing the integrated recognition of visual components, and there was a variability according to its use. In addition, connective images were maintained with each other. However, it was noted that there was little expandability utilized flexibly according to the applied media in the emblem and slogan even in the various changes. Hopefully, these results will be utilized as the basic data for the development of integrated identity strategies, effective for the production of the design of the emblem of the Olympics in the future.

Key Words : Winter Olympics, Identity, Emblem, Slogan, Mascot, Graphic

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

올림픽은 현대사회의 가장 큰 국제적 행사로 인식되며, 세계인의 평화와 화합의 장으로써 뿐만 아니라 개최국의 문화와 예술, 과학과 기술 등의 총체적인 능력을 보여 줄 수 있으며 그 중요성이 날로 부각 되고 있다.

동계올림픽 통합 아이덴티티 디자인은 동계올림픽의 시각적 구성요소에 대한 모든 것을 통일하는 디자인 계획으로 시각 표현의 범주를 성립하고 다양한 표현을 하나의 이미지로 통합하여 디자인 한다. 디자인 특성에 맞게 유지하고 전달할 수 있는 유일한 방법으로 국제적 축제의 분위기로 이끌어 나가고 대회의 효율과 참여 및 인식을 향상시키는 것이다. 또한 경기마다 전 세계로 미디어를 통해 반복적으로 전송되며, 성공적인 동계올림픽을 만드는데 무엇보다 중요한 역할을 한다.

개최국으로써 애국심 고취와 자긍심을 가지게 함은 물론이고 세계에 비취지는 시각적인 이미지인 것이다. 즉, 성공적인 동계올림픽 개최로 인한 개최국의 브랜드 확립에 가장 중요한 역할을 한다고 해도 과언이 아닐 것이다. 개최국의 사회성과 문화 요소들을 반영시킨 동계올림픽의 발전 역사와 그 가치의 체계적인 분석을 통하여 개최국 간의 동계올림픽 통합 아이덴티티 디자인을 연구하여 향후 올림픽 개최 시 전략 수립을 위한 기초자료로 새로운 이미지 통합 아이덴티티 개발에 기여함을 연구 목적으로 하였다.

이에 본 연구는 동계올림픽 통합 아이덴티티 디자인의 분석을 위해 2010년 이후 에 열린 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽을 중심으로 시각적 구성 요소들과 디자인 특성인 일관성, 가변성, 확장성, 연계성을 가지고 이미지를 전개시켜 나가며, 동계올림픽이 국제사회에서 통합 아이덴티티를 표현하는 중요한 시각적 매체라는 점에 근거하여 동계올림픽 통합 아이덴티티에 관하여 연구하였다.

1.2 연구문제 및 방법

본 연구에서는 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인을 위한 시각적 구성요소의 특성을 알아보기 위하여 크게 문헌연구와 사례연구를 중심으로 하는 질적 연구의 방법으로 진행하였다.

동계올림픽 및 통합 아이덴티티 디자인의 개념과 변화를 문헌연구를 바탕으로 살펴보고, 연구에 필요한 개

념을 정의 내렸다. 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 특성과 이미지를 상징하는 수단으로 사용하는 시각적 구성요소로 엠블럼, 슬로건, 마스코트, 그래픽을 알아 보았다. 이러한 이론고찰을 통해 얻어진 디자인 특성인 일관성, 가변성, 확장성, 연계성을 기반으로 사례분석을 실시하였다. 사례분석은 2010년 밴쿠버, 2014 소치, 2018년 우리나라에서 열린 평창 동계올림픽을 선정하여 동계올림픽을 통합 아이덴티티 디자인의 구성요소에 따라 시각적 표현 특성을 분석하여 결과를 도출하였다.

본 연구를 통하여 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인을 위한 시각적 디자인 특성을 규명하고, 동계올림픽의 시각적 표현요소의 특성을 종합적으로 비교분석하여 결론을 도출하였다.

2. 동계올림픽 이해

2.1 동계올림픽의 등장과 역사

동계올림픽의 시초는 1894년 창설 된 국제올림픽위원회(IOC)에서 올림픽아와는 별개로 동계스포츠로 구성된 새로운 대회를 만들고자 추진하였다. 스위스 로잔에서 열린 1921년 올림픽의회에서 겨울 스포츠 올림픽을 열기로 합의하였으며, 1924년 프랑스 샤모니에서 '국제 동계스포츠 주간'이란 이름으로 16개국 307명의 선수들이 참여한 최초의 동계올림픽이 11일간 개최되었다. IOC는 1926년 제26차 리스본 총회에서 동계올림픽을 분리하기로 결정했고, 1924년 샤모니 대회를 제1회 동계올림픽으로 인정하였다[1].

근대올림픽의 창시자인 피에르 드 쿠베르탱(Pierre de Coubertin)은 동계대회가 각국에 분산되어 실시되면 올림픽대회가 약화될 염려가 있어 북유럽 개최국들과 동계대회를 타협했다. 하계올림픽의 서막으로 동계대회를 개최하며, 대회는 노르딕 경기(Nordic event)로 하고 IOC가 대회를 주관한다는 내용으로 합의하게 되었다.

동계올림픽은 대회의 환경 조성 과 개최규모에 대한 부담, 그리고 겨울 스포츠로 관광 활성화를 이루기 힘들다는 이유로 동계올림픽 유치경쟁에 참여하는 개최국은 많이 나타나지 않았지만, 1984년 LA 하계올림픽이 올림픽 역사상 처음으로 적자 없는 흑자 대회로 치러지고, LA에 이어 1988년 동계올림픽을 유치한 캐나다의 캘거리(Calgary)에서도 2,500만 달러의 흑자를 기록하면서 많

은 개최국들이 동계올림픽에도 관심을 보이기 시작하였다[2]. 이후 많은 나라에 동계올림픽 개최를 위해 경쟁하기 시작했으며, 성공적으로 개최되었다.

2.2 동계올림픽의 특성 및 차별화

동계올림픽은 4년마다 개최되는 겨울 스포츠 종합 국제 대회이다. 포함되는 종목들이 차가운 기후 조건을 필요로 하기 때문에 보통 2월에 열린다.

흔히 말하는 ‘올림픽’은 정확히 하계올림픽을 말하는 것인데 하계올림픽에 비하여 동계올림픽은 그 규모가 작다. 종목 역시 ‘동계’라는 환경 조건에서 가능한 것들만 속해 있다. 대표적으로 피겨 스케이팅, 봅슬레이, 쇼트트랙, 스키, 아이스하키 등이 있다. 제1회 대회에서 총 9개 종목에 16개 세부종목이었다. 그러나 이번 2018년 제23회 평창 동계올림픽 때 경기 종목은 설상 종목 7가지와 빙상 종목 5가지, 슬라이딩 종목 3가지로 총 15종목이 되었다[3].

동계올림픽이 하계올림픽에 비추어 결코 뒤지지 않는 스포츠 이벤트로 확고한 입지를 구축하게된 것은 스나이더와 스프라이처(Snyder & Spreitzer, 1983)의 주장처럼 불확실성(Indeterminacy), 패라독스(Paradox), 이중성(Dualim) 및 드라마성(Dramtic)이 탁월하기 때문일 것이다. 이러한 동계올림픽의 탁월성과 개최국의 문화이미지가 결합될 때 낳는 파급효과는 다양하며, 올림픽 표어의 “더 빠르게, 더 높게, 더 강하게(Citius, Altius, Fortius)”와 ‘스포츠에 의한 인간의 완성과 경기를 통한 국제평화의 증진’이라는 올림픽 이상을 기본으로 국제스포츠, 문화 이벤트를 초월한 개최국의 문화 이미지 제고와 역사적 흐름에 있어서도 발전적 의의를 지닌다[4].

3. 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인

3.1 통합 아이덴티티 디자인 필요성

동계올림픽의 인기로 인해 개막식 및 폐막식, 공공디자인 등에 많은 영역에서 디자인이 고려되어지며 개최국의 능력을 자랑 할 수 있는 디자인 축제가 되었다.

통합 아이덴티티 디자인은 올림픽의 시각적 표현요소에 대한 모든 디자인을 통일하는 것을 의미한다. 시각적으로 그 대회의 인지도를 높이기 위해 만들어지며, 개최

국의 이념과 성격 및 그 대회의 목표를 통합적으로 나타낸다. 합리적이며 통합된 시각적 이미지의 적용은 아이덴티티 확립에 있어서 가장 중요한 역할을 한다. 효율적으로 내용을 많은 사람들에게 전달하고자 할 때 다른 어떤 감각보다 더 정확하게 사물을 판단하고 인식할 수 있는 의사전달 도구인 시각화를 사용한다. 이런 이유에서 통합 아이덴티티 디자인은 시각적 능력을 고려한 계획이라 할 수 있다. 철저한 계획 하에 고안된 올림픽의 통합 아이덴티티 디자인은 시각적인 측면에서 이미지를 집약적으로 상징한다. 즉 통합 아이덴티티 디자인은 곧 그 올림픽을 말하는 것이다. 그렇기 때문에 문화, 예술, 기술 등을 통합한 아이덴티티 디자인은 날로 중요성이 커지며 디자인에 자연스럽게 융합시켜 개최국의 아이덴티티를 긍정적인 인식으로 확립시키며 사람들과의 소통하고자 한다.

3.2 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 구성요소

동계올림픽의 정체성을 인식시킬 수 있는 통합 아이덴티티의 시각적 이미지는 단순한 미적 표현이 아닌 시각적 커뮤니케이션 활동의 산물인 동시에 개최국의 지향하고자 하는 가치와 문화적 정체성을 표현한다. 이러한 올림픽 이미지에 대한 인식의 매개가 되는 디자인 구성요소는 나라마다 매우 다양하게 표현되지만 이중 대표가 되는 엠블럼, 슬로건, 마스코트, 그래픽으로 통합 아이덴티티 디자인을 살펴보고자 한다.

3.2.1 엠블럼(Olympic Emblem)

엠블럼은 올림픽 오륜 심벌과 개최지, 개최년도를 포함한 로고타입과 대회를 상징하는 심벌로 동계올림픽 당해 연도의 엠블럼을 표현한다. 동계올림픽의 이념과 개최국의 독자적 특성을 함축적으로 반영한 올림픽 엠블럼의 개발로 대회의 상징성을 전략적으로 연출해내는 것이 일반적인 실정이다[5]. 동계올림픽은 1924년 프랑스 샤모니 동계올림픽이 처음 있었으나 처음으로 오륜 심벌과 함께 사용한 것은 1932년 제10회 미국 로스앤젤레스 하계올림픽 때 오륜 심벌과 적용된 형태의 엠블럼이 공식적으로 규정되어 제3회 1932년 미국 레이크플래시드 동계올림픽부터 공식적인 형태로 사용되었다.

3.2.2 마스코트(Olympic Mascot)

마스코트는 올림픽의 성공과 대회를 전 세계에 알리

는 행운의 상징물로 올림픽 기간 중 사람들에게 큰 인기를 얻으며 여러 형태의 시각적인 요소로 만들어진다. 이러한 마스코트가 동계올림픽에 미치는 영향력은 매우 커지고 있는 추세이다. 동계올림픽 마스코트는 1976년 오스트리아 인스브르크에서 독일어로 '눈사람'을 의미하는 '슈네만(Schneemann)'이 처음으로 사용되었다. 역대 동계올림픽 마스코트는 대부분이 동물을 의인화한 형태로 만들어지는데, 이는 동물이 갖고 있는 활동적인 이미지가 올림픽이 주는 특성과 부합하기 때문이다[6].

3.2.3 슬로건(Olympic Slogan)

슬로건은 감성적, 기능적 편익을 사람들에게 효과적으로 표현하기 위해 사용하는 짧은 문구를 말한다. 슬로건은 올림픽의 특성과 일치하여야 하며 현재 상황을 반영하면서 미래지향적으로 사람들의 호기심을 유발할 수 있도록 만들어야 한다.

슬로건은 올림픽의 이미지를 좀 더 넓게 표현함과 동시에 개최국의 차별화된 커뮤니케이션의 매개체의 역할을 한다. 이러한 슬로건은 올림픽 전략의 일환으로 올림픽을 더 오랫동안 기억할 수 있도록 하기 위해 항상 올림픽 엠블럼과 함께 사용되고 통합 아이덴티티의 구성요소이다.

3.2.4 그래픽(Olympic Graphic)

그래픽은 경기장, 홍보물, 이동수단 등 각종 품목에 패턴(Pattern)의 형식으로 적용되어 시각적 이미지를 만드는 통합 아이덴티티의 주된 구성요소이다. 그래픽을 각종 품목을 통해 반복적으로 노출시킴으로써 올림픽 통합 아이덴티티 대한 인식을 집중시키는 가운데 친근감을 형성할 수 있다. 또한 그래픽은 심벌의 형태, 칼라 또는 어떠한 시각적 특성이나 규칙을 추출하고 이를 재구성하여 제작한 보조적 이미지로서 심벌의 상징 의미를 그대로 전한다[5]. 의미를 함축하여 표현한 심벌만으로 통합 아이덴티티를 표현하기는 어려우며 심벌을 확장하여 제작한 그래픽을 활용하여 상징하고자 하는 의미를 효과적으로 전달할 수 있다.

3.3 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 특성

동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 특성을 알아보기 위하여 문헌 연구를 토대로 올림픽의 이미지를 일관성 있게 전개하고 유연한 변화를 가능하게 하는 디자인

방식을 규정하기 위해서 디자인의 특성을 도출하였다. 도출한 통합 아이덴티티 디자인의 특성은 다음과 같다.

첫째, 일관성(Consistency)은 시각적 표현요소 및 디자인 전개방식을 모두 포괄한다. 지속적인 커뮤니케이션을 유지를 위하여 시각적 구성요소들이 통합적으로 인식이 가능하도록 이미지를 유지하는 것을 의미한다. 둘째, 가변성(Variability)은 일정한 조건에서 변화할 수 있는 성질을 말한다. 다양한 환경, 사용용도 등에 적합하도록 시각적 구성요소의 변화 및 전개방식을 의미한다. 셋째, 확장성(Expandability)은 활용성을 전제로 하는 개념으로 시각적 구성요소들의 다양한 변화 속에서도 적용 매체에 따라 유연하게 활용되고, 각 용도와 환경에 맞게 탄력적으로 변화하는 것이다. 즉, 다양한 형태로 확장하고 적용할 수 있는 이미지를 의미한다. 넷째, 연계성(Connectivity)은 시각적 구성요소들이 서로 상호작용하여 관계를 맺고 하나의 통일된 이미지로 보이는 것을 말한다. 올림픽의 의미와 표현요소 간의 연계성을 극대화하여 강력한 이미지를 구축하는 것을 의미한다. 이러한 디자인 특성을 통해 동계올림픽의 통합 아이덴티티의 시각적 구성요소를 살펴보고자 한다.

4. 동계올림픽 사례분석

4.1 조사 및 분석방법

동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 정립을 위해 영향을 미치는 시각적 표현 요소의 특성을 알아보고자 사례연구를 실시하였다. 조사 대상은 2010년 이후 열린 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽을 대상으로 선정하였다. 사례분석을 실시하기 전 통합 아이덴티티 문헌연구를 기반으로 동계올림픽 전개 및 구성요소를 살펴보고, 동계올림픽 속 통합 아이덴티티를 구성요소인 엠블럼, 슬로건, 마스코트, 그래픽의 항목을 정리하였다. 정리한 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인의 구성요소를 대상으로 하여 1, 2차로 나누어 조사를 진행하였다.

1차 조사에서는 동계올림픽 통합 아이덴티티 디자인 구성요소에 따른 형태와 색채, 질감, 서체와 같은 시각적 표현요소를 분석하여 특징을 살펴보았다. 형태는 이미지형, 글자형, 혼합형으로 나누고, 색채는 주색채와 사용색채를 통해 특징을 살펴보았다. 질감의 특징과 서체의 경우 산세리프, 세리프 서체로 구분하여 정리하였다.

2차 조사에서는 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 특성인 일관성, 가변성, 확장성, 연계성에 근거하여 동계올림픽의 구성요소의 특징을 분석하였다.

Table 1. The details of the survey of the cases of Winter Olympics

Classification	Details of the survey
1st	Visual elements of expression
	Shapes, Colors, Textures, Typefaces
2nd	Design characteristics
	Connectivity, Variability, Expandability, Connectivity

4.2 2010 밴쿠버 동계올림픽

2010년 캐나다 밴쿠버(Vancouver) 동계올림픽은 2월 12일부터 28일까지 열린 대회이다.

엠블럼은 올림픽을 상징하는 5가지 색을 활용하여 돌모양을 쌓아 올린 단순한 형태로 세계인을 반갑게 환영한다는 의미를 담고 있다. 이눅슈크(Inukshuk)를 형상화한 엠블럼은 희망과 우정, 환영을 상징하며, 이누이트(Inuit)족 말로 친구를 뜻한다. 슬로건은 ‘뜨거운 가슴으로(With Glowing Hearts)’라는 문구와 ‘자연 · 인간 · 스포츠’라는 핵심적 콘셉트 아래 친환경이미지인 ‘그린 올림픽’을 추구하였다. 마스코트는 캐나다 역사에 나오는 인디언 신화를 배경으로 제작하였다. 미가(Miga), 콰치(Quatchi), 수미(Sumi), 묵묵(Mukmuk)등 총 4가지로 구성되었다. 그래픽은 캐나다의 자연을 담아 역동적이자 유롭게 표현되었다. 스포츠의 각 종목을 일러스트레이션으로 표현하여 스포츠의 역동성을 부각시켰으며 밴쿠버 자연의 이미지를 패턴화 하였다[7].

Table 2. The components of the 2010 Vancouver Winter Olympics













Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
			
			
			

Table 3. Analysis of the visual elements of the expression in the 2010 Vancouver Winter Olympics





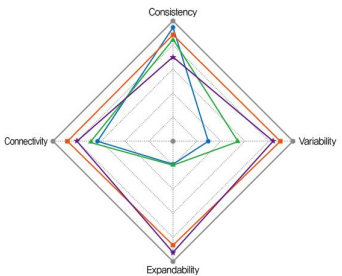
Classification	Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
Method of the development of design				
Characteristics	Development, maintaining the original form and changing colors according to the background color	Development, maintaining the original form according to circumstances	Development, maintaining the original form, but through application	Development, maintaining the original form, but combining illustrations
Visual elements of expression				
Shapes				
Picture	●	●	●	●
Letter	○	○	○	○
Mix	●	●	○	○
Colors				
Dominant colors	C 100 M 67 Y 0 K 23	C 100 M 28 Y 0 K 0	C 100 M 0 Y 98 K 0	C 100 M 28 Y 0 K 0
Used colors				
Textures				
Methods of expression	-	Superposition	-	Superposition
Typefaces				
Fonts	Sans serif	Sans serif	-	-

Table 4. Analysis according to the design characteristics of the 2010 Vancouver Winter Olympics

Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
Consistency			
Maintaining shapes	Maintaining colors, typefaces, and textures	Maintaining shapes and colors	Changing shapes and maintaining colors
Variability			
Variable use by adding shapes to the outside	Variable use by adding shapes to the outside	Variable use by adding the applied shapes	Variable use by adding the shape of illustrations
Expandability			
-	-	Expansion of various visual systems by visual variability through applying shapes	Expansion of the visual systems producing various visual images by adding the shape of illustrations
Connectivity			
Maintaining shapes to maintain connective images	Maintaining typefaces, colors, and textures to maintain connective images	Maintaining shapes, colors, and typefaces to maintain connective images	Maintaining colors to maintain connective images
			

4.3 2014 소치 동계올림픽

2014년 러시아 소치(Sochi) 동계올림픽은 2월 7일부터 23일까지 열린 대회이다.

엠블럼은 러시아의 과거, 현재, 미래를 잇는 혁신적인 대회를 모티브로 디지털 브랜드를 표현하고 하였다.

러시아의 개최국 도메인을 상징하는 ‘.ru’인 이념적 요소를 간결하게 담아 아이덴티티를 표현하였다. 슬로건은 “뜨겁게, 차갑게, 그대의 것(Hot, Cool, Yours)”의 모토를 담고 있다. ‘당신 모두의 경기가 될 것’이라는 의미를 담고 있다. 마스코트는 눈표범(Leopard), 토끼(Hare), 북극곰(PolaBear)으로 동물명칭 그대로 이름 지어 각 동물을 인격화하여 표현하였다. 생동감 넘치는 모습으로 대회 분위기를 이끄는 역할을 하였다. 그래픽은 환영을 의미하는 친근하고 따뜻한 소재로서 ‘올림픽 패치워크 퀼트(The Olympic Patchwork Quilt)’를 제작하여 러시아의 특색을 지닌 동계올림픽 대회의 이미지를 개발하였다[8].

Table 5. The components of the 2014 Sochi Winter Olympics

Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
	HOT. COOL. YOURS.		

Table 6. Analysis of the visual elements of the expression in the 2014 Sochi Winter Olympics

Classification	Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
Method of the development of design				
Characteristics	Development, so that the internal colors and textures can be freely changed	Development, maintaining the original form according to circumstances	Development, maintaining the original form, but through application	Development, maintaining the original form. Colors can be changed
Visual elements of expression				
Shapes				
Picture	○	○	●	●
Letter	●	●	○	○
Mix	○	○	○	○
Colors				
Dominant colors	C 100 M 50 Y 0 K 0	C 100 M 50 Y 0 K 0	C 100 M 90 Y 20 K 0	C 100 M 50 Y 0 K 0

Used colors				
Textures				
Methods of expression	Image, Pattern	-	Gradation	Superposition
Typefaces				
Fonts	Sans serif	Sans serif	-	-

Table 7. Analysis according to the design characteristics of the 2014 Sochi Winter Olympics

Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
Consistency			
Maintaining shapes	Maintaining shapes, colors, and typefaces	Maintaining shapes and colors	Maintaining shapes
Variability			
Variable use by changing colors and textures internally	Variable use by adding shapes to the outside	Variable use by adding the applied shapes	Variable use by changing colors and textures
Expandability			
Expansion of various visual systems by visual variability through changing colors and textures	-	Expansion of various visual systems by visual variability through applying shapes	Expansion of various visual systems by visual variability through changing colors and textures
Connectivity			
Maintaining shapes to maintain connective images	Maintaining shapes, colors, and typefaces to maintain connective images	Maintaining shapes, colors, and typefaces to maintain connective images	Maintaining shapes to maintain connective images

Legend: ● Emblem, ▲ Slogan, ■ Mascot, ★ Graphic

4.4 2018 평창동계올림픽

2018년 우리나라 강원도 평창(Pyeongchang)에서 열린 동계올림픽은 2월 9일부터 25일까지 개최되었다. 이번 유치는 1988년 서울하계올림픽 이후로 세 차례의 도전 끝에 이루어낸 성과로 국민들의 간절한 염원 속에서 뜨거운 관심과 국민적인 단합을 이끌었다.

엠블럼은 하늘과 땅이 맞닿은 곳, 평창의 눈과 얼음에서 선수들과 세계인들이 함께 어울리는 열린 세상의 의미한다. 높은 평창의 평으로 하늘과 땅 그리고 사람들이 어울린 축제의 장을 뜻하며, 낮은 평창의 창으로 눈과 얼음, 동계 스포츠 선수를 형상화한 것이다. 슬로건은 ‘하나된 열정(Passion. Connected.)’으로, 언제 어디서나, 누구

나 참여할 수 있으며, 동계 스포츠의 지속적인 발전과 새로운 지평을 열어간다는 뜻을 담고 있다. 마스코트는 보호를 상징하는 백호를 형상화한 수호랑(Soohorang), 강한 의지와 용기, 평등과 화합을 담아 반달가슴곰을 형상화한 반다비(Bandabi)로 구성되어 있다. 그래픽은 ‘한글 눈꽃 엘리먼트’로 대한민국의 대표 문화유산인 한글을 활용해 전 세계인이 즐기는 흥겨운 축제를 표현했다. 하나 된 열정과 영광, 축제 공간 환희 등 여러 가지 키워드를 가지고 많은 사람들이 평창에서 나누고, 느끼고, 공감하는 다양한 가치를 담고 있다[9].

Table 8. The components of the 2018 Pyeongchang Winter Olympics




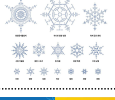








Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
			
			
			

Table 9. Analysis of the visual elements of the expression in the 2018 Pyeongchang Winter Olympics




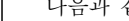
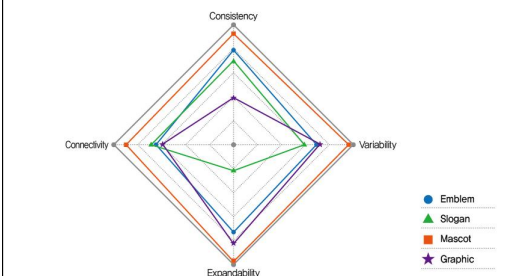
Classification	Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
Method of the development of design				
Characteristics	Development using the original form and development of the changed original form	Development, maintaining the original form according to circumstances	Development, maintaining the original form, but through application	Development, utilizing various graphics and maintaining the shapes. Colors can be changed
Visual elements of expression				
Shapes				
Picture	○	○	●	○
Letter	●	●	○	●
Mix	○	○	○	○
Colors				
Dominant colors	C 100 M 37 Y 0 K 0	C 100 M 37 Y 0 K 0	C 0 M 0 Y 0 K 0	C 100 M 37 Y 0 K 0
Used colors				
Textures				
Methods of expression	-	-	Gradation	Superposition, Gradation
Typefaces				
Fonts	Sans serif	Sans serif	-	Sans serif

Table 10. Analysis according to the design characteristics of the 2018 Pyeongchang Winter Olympics

Emblem	Slogan	Mascot	Graphic
Consistency			
Maintaining shapes and colors	Maintaining shapes, colors, and typefaces	Maintaining shapes and colors	Maintaining shapes
Variability			
Variable use of the changed original form	Variable use by adding shapes to the outside	Variable use by adding the applied shapes	Variable use by changing colors and textures
Expandability			
Expansion of various visual systems by visual variability through applying the motive of the original form	-	Expansion of various visual systems by visual variability through applying shapes	Expansion of various visual systems by visual variability through changing colors and textures
Connectivity			
Maintaining shapes and colors to maintain connective images	Maintaining shapes, colors, and typefaces to maintain connective images	Maintaining shapes and colors to maintain connective images	Maintaining shapes to maintain connective images
			

5. 결론

사상 최대 규모로 치러진 제 23회 평창 동계올림픽이 17일간의 여정이 막을 내렸다. 이번 동계올림픽은 우리나라의 총체적인 역량을 보여주는 절호의 기회였다. 국제적 행사를 성공적으로 마무리하며 우리나라의 이미지를 확립, 또는 긍정적으로 인식시키는 기회의 장이었다. 이러한 동계올림픽을 통해 나라의 이미지를 보다 전략적으로 보여주는 통합 아이덴티티 디자인의 역할은 매우 중요하다. 이에 본 연구는 동계올림픽의 통합 아이덴티티 디자인 특성인 일관성, 가변성, 확장성, 연계성에 근거하여 동계올림픽의 구성요소의 특징을 분석해 본 결과 다음과 같은 결과를 얻을 수 있었다.

첫째, 일관성을 분석한 결과 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽 모두 엠블럼, 슬로건, 마스코트의 활용을 일관되게 유지하였으나 소치, 평창 동계올림픽의 그래픽은 다양한 형태와 색채로 나타나 일관성이 낮게 나타났다.

둘째, 가변성을 분석한 결과 엠블럼의 경우 밴쿠버 동계올림픽은 형태를 유지한 사용으로 가변성이 가장 낮게 나타났다. 슬로건은 외부에 형태를 추가하여 가변적으로 사용하였기에 모두 가변성이 낮게 나타났으며, 마스코트는 다양한 형태 변형으로 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽 모두 가변성이 높게 나타났다. 그래픽은 엠블럼과 반대로 밴쿠버 동계올림픽이 일러스트레이션 형태를 추가하여 가변성이 높게 나타났다.

셋째, 확장성을 분석한 결과 엠블럼은 변형이 자유로운 소치, 평창 동계올림픽이 높게 나타난 반면 밴쿠버 동계올림픽은 낮게 나타났다. 슬로건은 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽 모두 나타나지 않았으며, 마스코트와 그래픽은 모두 다양한 시각적 변형이 가능한 시각체계의 확장을 보여주었다.

넷째, 연계성을 분석한 결과 밴쿠버, 소치, 평창 동계올림픽 모두 엠블럼, 슬로건, 마스코트, 그래픽에서 연계적 이미지를 유지하였다.

이러한 분석 결과 동계올림픽의 통합 아이덴티티는 시각적 구성요소들의 통합적인 인식을 주는 일관성을 유지하며 가변적으로 서로 간의 연계적인 이미지를 가지지만 다양한 변화 속에서도 적용 매체에 따라 유연하게 활용되는 확장성은 엠블럼과 슬로건에서 미비한 것을 알 수 있었다. 본 논문을 바탕으로 얻어진 결과들이 향후 올림픽 엠블럼 디자인 제작에 효과적인 통합 아이덴티티 전략 수립을 위한 기초자료로 활용되길 바란다.

REFERENCES

- [1] *The History of the Winter Olympics*. Naver Knowledge Encyclopedia, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3577674&cid=58906&categoryId=58919>, Feb. 06, 2014.
- [2] D. Y. Kim. (2014). *Study of Subsequent Utilization of Winter Olympic Game Facilities*, Master's Thesis, Chung-Ang University, Seoul. p.18.
- [3] *Winter Olympics*, Naver Knowledge Encyclopedia, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3582895&cid=58583&categoryId=59179>
- [4] K. H. Lee. (2004). *Study of the Promotion of the Host Country's Culture Image through an International Event*. Master's Thesis, Seoul National University, Seoul. pp.16-17.
- [5] K. Kwon. (2016). *Developing Graphic Motifs of 2018 Pyeongchang Winter Olympics reflecting National Cultural Identity*. Yonsei University, Master's Thesis, 2016, pp.4-7
- [6] S. K. Lee. (2000). *Study of Olympic Game Mascot Design*. Master's Thesis, Seoul. Graduate School of Design, Sookmyung Women's University, Seoul. p.18.
- [7] *The Official Homepage of the 2010 Vancouver Winter Olympics*, <https://www.olympic.org/vancouver-2010>
- [8] *The Official Homepage of the 2014 Sochi Winter Olympics*, <https://www.olympic.org/sochi-2014>
- [9] *The Official Homepage of the 2018 Pyeongchang Winter Olympics*, <https://www.pyeongchang2018.com/ko/index>
- [10] C. Yang. (2012). *Comparative Study of Asian Olympic Visual Image Integrated Design System*. Master's Thesis, Mokwon University, Daejeon.
- [11] S. G. Shin. (2016). *Study of the Method of the Expression of National Identity in the Winter Olympic Uniform*. Master's Thesis, Hongik University, Seoul.
- [12] A. S. Lee. (2009). *Study of the Correlation between Olympic Design and Traditional Culture*. Master's Thesis, Hannam University, Daejeon.
- [13] P. Jeong. (2008). *Study of Mascot Design of the 1996-2008 Olympic Games*. Master's Thesis, Paichai University, Daejeon.
- [14] H. W. Han. (2010). *Normative Study of Olympic Sports and Olympic System*. Chung-Ang Law Association, Vol 12. No. 1.
- [15] B. Heo. (1983). *History of Olympic Games*. Dongyangmunhwa-sa.
- [16] S. E. Park & H. C. Choi. (1999). *Visual Communication Design*, Mijin-sa.

이영화(Lee, Young Hwa)

[중신회원]



- 2002년 2월 : 서울과학기술대학교 시각디자인(석사)
- 2009년 8월 : 경희대학교 시각디자인(디자인학 박사)
- 2016년 3월 ~ 현재 : 동양미래대학교 시각정보디자인과 조교수
- 관심분야 : 디자인, 예술, 문화
- E-Mail : younghwa1013@hanmail.net