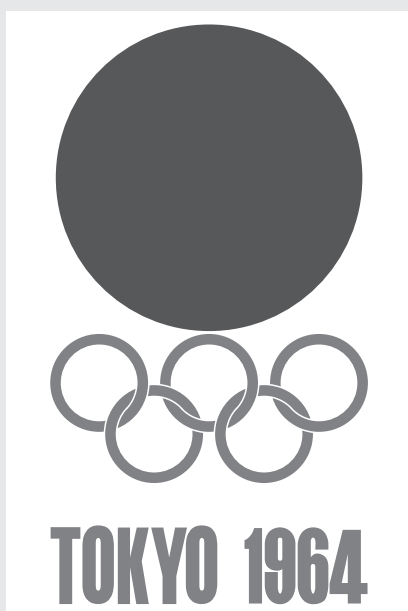


4/ 이미지의 올림픽

1964 도쿄 올림픽의 디자인 프로젝트 다시보기*

박세연



가메쿠라 유사쿠,
〈1964 도쿄 올림픽 1호 포스터〉, 1961
출처: 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964
デザインプロジェクト』, 東京国立近代美術館, 2013.

박세연(朴世妍) 서울대학교 대학원 협동과정(미술경영전공)에서 1970년 오사카 만국박람회에 나타난 전후 일본의 국가표상과 문화정치를 주제로 박사논문을 썼다. 전남대학교, 성신여자대학교에 출강하고 있고 동아시아의 국가를 표상하는 시각이미지에 관심을 가지고 연구하고 있다. 발표 논문으로 「일본만국박람회(1970)와 전위예술」(2017), 「재발견한 전통을 통한 일본적 미학: 일본만국박람회(1970)의 〈태양의 탑〉을 중심으로」(2018), 「국가 정체성 혁신을 위한 문화예술정책 사례 분석: 르네상스 시티 프로젝트 및 싱가포르 아트 뮤지엄을 중심으로」(2018) 등이 있다.

* 이 논문은 2019년도 일본연구소 발전기금(위임기금-통보25)의 지원을 받아 수행된 연구임.

<https://doi.org/10.29154/ILBI.2020.23.110>

1. 들어가며

지난 2015년 7월, 2020년 도쿄 올림픽의 공식 엠블럼(emblem)이 발표되었다. 이를 위해 도쿄도청에는 특별 무대가 마련되었고 많은 사람들이 군집한 가운데 성대하게 발표식이 연출되었다. 조직위에서 채택한 엠블럼은 사노 겐지로(佐野研二郎)가 디자인한 것으로 ‘도쿄(Tokyo)·팀(Team)·내일(Tomorrow)’을 상징하는 알파벳 T자와 ‘평등’을 의미하는 등호(=) 표시를 형상화해 만든 디자인이라고 소개되었다. 또 엠블럼에서 검은색은 ‘다양성’을, 오른쪽 위의 붉은 원은 ‘뜨거운 고동(鼓動)’을 의미한다고 다소 추상적인 설명이 첨언되었다.

발표 직후 ‘대회의 컨셉이 명확히 드러나지 않는다’, ‘너무 밋밋하다’, ‘처음에는 알파벳 T자가 I로 보였다’ 등 호의적이지 않은 대중의 반응이 대두되기 시작했다. 엠블럼은 올림픽의 얼굴 역할을 하는 시각 체계인 만큼 개최국을 특징짓는 요소가 형상화되는 것이 중요하고 가독성이 뛰어난 디자인이 효과적인데 이에 못 미친다는 평가라 할 수 있다. 그런데 이러한 평가는 차치하고 더 큰 문제가 발생한다. 사노의 디자인이 벨기에의 한 극장 로고를 표절했다는 의혹이 제기된 것인데 이에 대한 해명 발표가 거듭될수록 또 다른 표절 의혹이 제기되는 등 문제가 계속 악화되었다. 결국 조직위는 사노의 디자인을 폐기하고 다시 엠블럼 공모 절차를 진행해야 했다(<그림 1>).¹

여기서 주목되는 것은 이러한 과정 속에서 1964년 도쿄 올림픽의 심벌마크가 다시 소환된다는 점이다. 본래 가메쿠라 유사쿠(亀倉雄策, 1915~1997)가 디자인한 심벌마크와 그것을 그대로 사용한 포스터(<표지 그림>)는 일본인이라면 누구나 알고 있다고 할 만큼 유명하지만, 일련의 문제가 발생하면서 1964년 올림픽 심벌마크를 2020년 올림픽을 위해 다시 사용하자는 여론까

1 2020년 도쿄 올림픽의 엠블럼 표절 시비에 대해 자세히 다룬 책으로 加島卓, 『オリンピック・デザイン・マーケティング』, 河出書房新社, 2017; 森山明子·若山滋, 『オリンピックとデザインの政治学』, 朗文堂, 2016 참고.



〈그림 1〉 철회된 2020년 도쿄 올림픽
엠블럼 디자인(좌)과 벨기에 리에주
극장의 로고(우)

지 등장하기에 이른다. 사실 표절 시비 이전에 사노가 기자회견에서 자신이 디자인한 엠블럼이 가메쿠라의 1964년 심벌마크에서 태양의 형상을 계승한 것이라고 강조하기도 했었다.² 이러한 예들은 대중에게도, 새로운 엠블럼을 제작해야 하는 디자이너에게도 1964년 올림픽의 존재감이나 올림픽을 상징하는 시각 이미지가 미치는 영향력이 컸다는 방증이라 할 수 있다. 이러한 면에서 이 글은 1964년 도쿄 올림픽의 시각 이미지에 주목하면서 당시에 진행된 디자인 프로젝트를 다시 들여다보고자 한다.

1964년 올림픽을 위한 디자인 프로젝트에는 전후 일본 디자인을 대표하는 디자이너들이 대거 동원되었으며 이들이 제작한 시각물은 올림픽으로 조성된 축제 분위기를 북돋우는 역할을 했다. 이외에 디자인 프로젝트를 통해 기대되었던 것, 혹은 디자이너들이 수행해야 할 과제로 인식하고 있던 것은 무엇이였을까? 국제사회의 평화 공존을 도모하려는 올림픽의 이상을 표현하는 것, 도쿄 올림픽 개최의 의의를 국민들에게 호소하고 의식 통합을 도모하는 것, 국제사회 안에서 일본의 존재감을 나타내는 것 등을 생각해볼 수 있을 것이다.

이러한 추정은 전후 일본이 제국주의, 군국주의 역사와 단절된 새로운 국가 정체성 확립을 중요시하면서 ‘평화국가’, ‘경제대국’, ‘문화국가’ 정립을 표방하는 정책 노선을 펼친 것과 연결된다. 그런데 국가 그 자체는 유형

2 加島卓, 『オリンピック・デザイン・マーケティング』, 206쪽.

의 존재가 아니기 때문에 상징적 이미지로 표상되어야 한다. 때문에 그것을 전시하고 전파할 수 있는 기회가 필요한데 1964년 올림픽은 이에 적합한 통로였던 것이다.

기존의 1964년 도쿄 올림픽에 대한 연구는 정치사·사회사의 관점 위주로 진행되어 온 경향이 있으나 디자인을 포함한 미술사에서의 연구도 축적되어 가는 과정에 있다. 이 글에서 살펴볼 올림픽 디자인 프로젝트를 조명한 전시로는 도쿄국립근대미술관에서 개최된 《도쿄 올림픽1964 디자인 프로젝트》(2013. 2. 13~5. 26.)가 있으며 관련된 사료와 시각 자료, 관계자들의 회고 인터뷰 등이 전시 도록에 수록되어 있다.³

대표적인 선행 연구인 마에무라 후미히로(前村文博)의 「히노마루와 모던」에서는 올림픽 심벌마크와 포스터에 초점을 맞추어 검토하면서 일본적인 것을 모던한 디자인으로 재구축하려 한 가메쿠라의 시도를 높이 평가했다.⁴ 그런데 여기서는 패전 이후의 일본의 사회적 맥락이나 그 속에서 올림픽 개최 전까지 전개된 일본 디자인계의 흐름이 배제된 채 논의가 전개되었다. 때문에 필자는 이러한 부분에 대한 보완의 필요성을 인식하였다. 또한 전술한 전시 도록이나 마에무라의 연구에서는 공통적으로 제국주의, 군국주의 일본의 근과거(近過去)나 전후(戰後)로 이어지는 전쟁과의 연속성에 대한 문제가 언급되지 않았기에, 이러한 문제에도 주목하고자 했다.⁵ 나아가

3 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964デザインプロジェクト』, 東京国立近代美術館, 2013.

그 외에 2014년에 도쿄도 에도도쿄박물관에서 《도쿄 올림픽과 신칸센》, 쇼와관에서 《올림픽 영광과 그림자》(2008), 《일본의 올림픽·패럴림픽: 올림픽을 지탱한 사람들》(2019) 등의 전시가 개최되었다. 다음의 전시 도록들에서 사료 및 시각 자료 참고. 東京都江戸東京博物館・行吉正一・米山淳一 編, 『東京オリンピックと新幹線』, 京都: 青幻舎, 2014; 昭和館学芸部 編, 『オリンピック栄光とその影に』, 昭和館, 2008; 昭和館学芸部 編, 『日本のオリンピック・パラリンピック: 大会を支えた人々』, 昭和館, 2019.

4 前村文博, 「日の丸とモダン」, 清水諭 編, 『オリンピック・スタディーズ: 複数の経験・複数の政治』, せりか書房, 2004, 132~153쪽.

5 그러한 면에서 1964년 도쿄 올림픽의 디자인에 대해 전시(戰時), 전후의 연속성과 단절이라는 측면을 다룬 질리 트라가누(Jilly Traganou)의 관점이 참고가 되었다. Jilly Traganou, "Tokyo's 1964 Olympic Design as a Realm of [Design] Memory," *Sport in Society*, 14: 4, 2011, pp. 466~481. 이 논문에서 다룬 것을 보완, 정리한 내용이 아래 책의 섹션 1에 실려 있다. Jilly Traganou, "Through the Lens of Graphic Design: Nationalism, Internationalism, and Universalism in the Tokyo 1964 Design Program," *Designing the Olympics: Representation, Participation, Contestation*, New York & London:

이 글에서는 올림픽의 본질을 정치적이며 이데올로기적이기도 한 문화전략의 공간으로 파악하고자 했다. 이러한 맥락에서 일본 정부가 도쿄 올림픽이라는 국가 행사를 통해 제국주의와 전범국으로서의 근과거 역사와 분리시킨 전후의 ‘새로운 일본’을 제시하려 한 것으로 보았다.

이와 같은 관점하에 먼저 이 글은 전후 일본 디자인계의 변화상을 살펴본다. 당시 일선에서 활약한 디자이너들이 올림픽의 디자인 프로젝트에 참여하였으므로 그들이 논의하고 공유한 디자인에 대한 의식과 관점을 살펴볼 필요가 있다. 다음으로 올림픽 디자인을 위해 정해진 방침하에 어떻게 올림픽 시각전달의 시스템을 확립해 가는지 살핀다. 그리고 이 프로젝트의 디자인 전략에 내포된 양가적인 의미를 분석하도록 하겠다. 이를 통하여 전후 일본의 새로운 국가 정체성을 표상하는 데 디자인이 어떻게 기여하였는지 살필 수 있을 것이다.

2. 일본적 정체성 모색과 세계디자인회의(1960)

세계의 그래픽 디자인사를 다루는 저서들을 보면 아시아에서는 거의 유일하게 일본의 현대 그래픽 디자인이 주요하게 다뤄지곤 한다. ‘재패니스 스타일’(Japanese Style)이라는 용어를 사용하면서 일본의 현대 그래픽 디자인에 대해 서구의 영향에 개방적이면서도 독자적인 조형성을 갖춘 시각문화를 형성해 왔다는 것이 대체적인 의견이다.⁶ 이러한 평가를 받게 된 데에는 국제 디자인계의 흐름에 맞춘 동시대성 획득 그리고 이와 함께 일본적 정체성을 구축하는 것에 대해 꾸준히 자각해 온 전후 일본의 디자이너들의 의식과 실천이 뒷받침되었다.

이러한 맥락은 1964년 올림픽의 디자인 프로젝트에도 반영되었다. 이

Routledge, 2016.

6 이러한 예로 다음의 책이 있다. 필립 B. 맥스, 황인화 옮김, 『그래픽디자인의 역사』, 미진사, 2014, 473~481쪽; 리처드 홀리스, 문철 옮김, 『그래픽디자인의 역사』, 시공사, 2000, 230~234쪽.

에 대해 검토하기에 앞서 전후 특히 올림픽 개최 전 1950년대부터 1960년대 초에 이르는 디자인계의 양상을 살펴볼 필요가 있다.

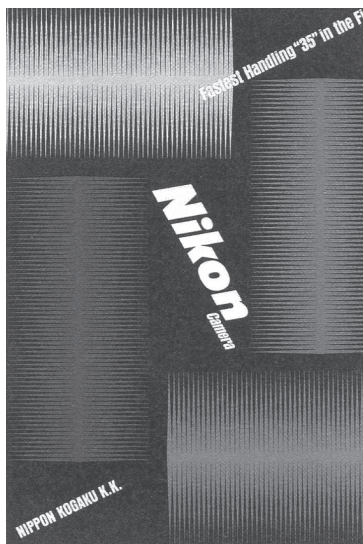
종전 직후 일본에서는 그래픽 디자인과 디자이너라는 직업에 대한 이해, 디자인의 효용이나 중요성에 대한 인식이 그리 높지 않은 편이었다.⁷ 그러한 의미에서 1951년, ‘일본선전미술회’(日本宣伝美術會)의 창립은 큰 의의를 지닌다. 통칭 ‘닛센비’(日宣美)로 불리는 일본선전미술회는 전후 최초의 그래픽 디자이너 직능 단체로서 창립되었다.⁸ 1964년 도쿄 올림픽의 엠블럼과 포스터를 디자인한 가메쿠라는 이 단체의 창립 멤버이자 리더로서 활동하며 전후 일본의 그래픽 디자인계를 이끌었다. 또 그를 비롯하여 올림픽 디자인 프로젝트에 참여한 상당수의 디자이너들이 일본선전미술회의 회원이기도 했다. 아래의 글은 일본선전미술회가 밝힌 창립 취지인데, 그래픽 디자이너의 권익과 사회적 지위 향상에 대해 강조하고 있는 부분이 눈에 띈다.

우리들의 직능이 지닌 본연의 자세를 밝히고, 선전미술의 인식을 중요시하며 일에 대한 모든 권리를 지키고, 공통의 이익과 공동의 행복을 위하여 상호 연결하며 (그래픽 디자인이라는) 직업의 향상과 유효화를 위하여 사회 각 분야를 연결 짓고 세상을 아름답게 하면서, 즐겁게 새로운 미술운동에 참가한다.

그밖에 미술학교의 디자인과 신설이나 일본산업디자인협회(JIDA), 그래픽디자인협회(JAGDA) 등의 협회의 설립, 『디자인』, 『그래픽디자인』과 같은 전문지 창간 등이 모두 1950년대에 집중적으로 전개되었다. 이때부터

7 이를테면 일반 대중 사이에 디자인이라는 말이 오르내리게 된 것은 1950년대 초 양재(洋裁) 학교가 설치된 이후 양장 패션의 디자인을 총칭하여 ‘디자인’이라고 부르게 된 것이 계기였다. 아직까지 그래픽 디자인은 디자인이라는 분야로 인식되어 범용되지 않았음을 알 수 있다. 尾崎信一郎·塩谷純·高島直之 外編, 『日本近現代美術史事典』, 東京書籍, 2007, 514쪽.

8 도쿄를 기반으로 창립된 이후 전국적 규모로 확대되었고, 매년 개최한 공모전은 신진 발굴의 장으로 기능했다. 1955년에는 원화가 아닌 인쇄물인 포스터를 최초로 전시한 <그래픽 '55'전을 개최해 포스터를 작품으로서 인식하는 계기를 마련했다. 또 기관지 『JAAC(Japan Advertising Artists Club)』의 발행을 통해 이론적 체계를 확립하는 한편 해외와의 교류를 추진하는 등 활발한 활동을 보였다.



〈그림 2〉 가메쿠라 유사쿠, 〈니콘 카메라 포스터〉, 1957

1960년대를 거치면서 점차 그래픽 디자이너라는 직능이 자리매김되어 가는데, 전전까지는 기업 내부의 도안가 정도로 여겨졌었다면 점차 개성을 발휘하는 아티스트로서 디자이너를 인식하게 되었다. 이는 고도경제성장기에 따라 형성된 대량소비사회에서 포스터, 신문·잡지, 카탈로그 등의 인쇄매체를 통한 기업의 광고가 크게 증가하면서 국내외를 대상으로 그래픽 디자이너의 활동이 확대된 덕분이기도 했다.

이러한 흐름 가운데 1950년대 후반부터 1960년대 초반의 그래픽 디자인계는 전반적으로 보편성, 세계성으로서의 모더니즘 양식을 추구하는 양상을 보인다. 이는 전후 일본이 국제사회의 복귀 및 선진국과 발걸음을 나란히 하고자 한 열망이 디자인 분야에서도 발현된 것이라 할 수 있다. 그리고 이러한 양상은 두 경향이 복합적으로 전개되었는데 지역성을 드러내지 않는 보편적 모더니즘을 강력히 추구하는 것과 모더니즘과 일본적 전통을 융합시키는 경향이 그것이다.

예를 들어 가메쿠라의 〈니콘 카메라〉(1957, 〈그림 2〉)는 전자의 경향을, 야마시로 류이치(山城隆一, 1920~1997)의 〈도쿄 국제관화비엔날레전〉이나 다나카 잇코(田中一光, 1930~2002)의 〈국제예술제〉는 각각 가쓰시카 호쿠사이(葛飾北斎)의 다색 목판화와 가무극 노(能)의 가면을 활용한 후자의 디자인 경향을 잘 보여 준다. 그러나 전통을 소환한 일본성을 전면에 드러내는가 그렇지 않은가는 전략적인 선택의 문제이며 궁극적으로 두 경향은 모두 ‘일본적 모더니즘’의 추구라는 귀결점을 향하는 것이었다고 생각된다. 여기에는 전후를 극복하고 이룬 경제대국 일본, 평화국가, 문화국가로서 새로워진 일본을 시각화하는 것이 필요하다는 디자인계의 자각이 반영되어 있다고 볼 수

있다.

이에 대한 근거로 당시 그래픽 디자인계에서 일본적 정체성을 요구하는 목소리가 높아진 것을 볼 수 있다. 잡지를 통해서도 그러한 목소리를 피력한 글들이 게재되었는데 그래픽 디자인계 잡지 『아이디어』에 실린 오쿠야마 기하치로(奥山儀八郎)의 「어디에 갔는가 일본: 서양문명에 열중한 일본」과 우에무라 다카치요(植村鷹千代)의 「디자인 풍토를 밀어내라: 민족적 디자인 방침의 필요성」 등이 그 예이다.⁹

사실 이러한 요구는 디자인계만의 흐름이라기보다 전후 일본의 보수화 맥락 속에서 이해할 필요가 있다. 1950년대에 지식인층을 중심으로 민족의 정체성 문제가 사회적 이슈로 등장한 것인데 이에 따라 일본문화론, 일본인론이라 일컫는 일본과 일본인의 정체성에 대한 논의가 활발히 전개되었다.¹⁰ 패전 후 자신을 잃은 일본으로부터 회복하려는 의지가 일본 회귀하는 형태로 나타났다고 볼 수 있다. 일본 그래픽 디자인계 역시 이러한 맥락을 공유하며 일본적 모더니즘을 모색했던 것으로 파악할 수 있다.

그런 의미에서 1960년 5월, 도쿄에서 개최된 세계디자인회의(World Design Conference)는 전후에 추구해 온 일본적 모더니티를 발현할 수 있는 최적의 무대였다.¹¹ 당시 일본의 20~30대 젊은 디자이너들도 다수 참가하였는데, 그중의 한 사람이었던 무카이 슈타로(向井周太郎, 1932~)는 “회의 개최를 향해 가면서 강하게 의식된 것은 전쟁 전부터 수용해 온 서구 모던 디자인의 유니버설 콘셉트를 일본만의 명쾌한 디자인으로 제시하는 것이었

9 奥山儀八郎, 「何処へいった日本: 西洋文明におぼれる日本」, 『アイディア』 27号, 誠文堂新光社, 1958, 83쪽; 植村鷹千代, 「デザインの風土を押し出せ: 民族的デザインポリシーの必要性」, 『アイディア』 28号, 誠文堂新光社, 1958, 82쪽.

10 아오키 다모쓰(青木保)는 전후의 일본문화론을 부정적 특수성의 인식(1945~1954), 역사적 상대성의 인식(1955~1963), 긍정적 특수성의 인식(1964~1978), 특수에서 보편으로(1984년 이후)라는 네 시기로 나누어 설명한다. 전쟁 직후의 일본문화에 대한 부정적인 평가가 긍정적인 평가로 바뀌는 이유에 대해 아오키는 일본의 경제성장과 그에 따른 자신감이 배경이 되었다고 보았다. 아오키 다모쓰, 최경국 옮김, 『일본문화론의 변용』(1990), 소화, 2001.

11 1960년의 세계디자인회의에는 세계 각국에서 84명, 일본에서 143명이 참가하였다. 이에 대한 자세한 내용은 다음의 책을 참고. 瀬木慎一 外, 『日宣美の時代: 日本のグラフィックデザイン1951~70』, トランスアート, 2000; 印刷博物館, 『1960年代グラフィズム』, 印刷博物館, 2002; 暮沢剛巳, 『オリンピックと万博』, 筑摩書房, 2018.

다”고 회고했다. 그리고 “이것은 전시의 이미지를 불식시키고 새로운 민주적 평화국가 ‘일본’을 표명하는 디자인의 사회적 역할이었다고도 할 수 있다.”라고 덧붙이며 전후 디자인계가 추구했던 방향성을 이야기했다.¹² 이러한 맥락에서 비평가 구레사와 다케미(暮沢剛巳)는 1960년 세계디자인회의가 “전후 국제사회로의 복귀를 호소하는 일본 디자인계의 비원(悲願) 중 하나였다”고 평가했다.¹³

〈우리들의 세기: 그 전체상(全体象) - 다가올 사회에 디자이너는 무엇을 기여할 수 있는가〉를 주제로 삼은 1960년 세계디자인회의는 6일 동안의 개최 기간을 통해 미래 사회에 대한 전망과 디자인의 사회적·윤리적 과제에 대한 논의가 활발히 전개되었다. 본회의의 총회 세미나는 ‘개성’, ‘실제성’, ‘가능성’이라는 세 가지 테마로 구성되어 있었다. 각 테마별로 분과회가 열렸는데, ‘개성’이라는 테마의 ‘개별성, 지역성, 세계성’이라는 세부 주제에 대해 이루어진 논의에서 당시의 일본 디자이너들이 품고 있던 견해를 엿볼 수 있다.

이를테면 그래픽 디자이너 하야가와 요시오(早川良雄, 1917~2009)는 일본이라는 지역성 속에서 성장하고 존재하는 자신의 입장을 돌아보면서, 지역성이 세계적으로 통용되기 위해서는 현대 조형의 보편성을 의식적으로 추구해야 한다고 주장했다.¹⁴ 인테리어 디자이너 겐모치 이사무(剣持勇, 1912~1971)는 급속하게 근대화를 이룬 일본에서 표면적으로만 서구화가 진행된 경향이 있는데 이로 인해 서양으로부터 올바르게 받아들여야 할 것도, 지켜야 할 일본적인 것도 모두 잃어버릴 수 있음을 역설했다. 그런 측면에서 지역성을 떼 개성과 전 지구적 세계성과의 긴밀한 상호관계가 디자인의 진행 과정에서 중요하다고 언급하였다.¹⁵ 이러한 예를 통해 일본적인 지

12 向井周太郎, 「世界デザイン会議: 1960年-デザインの社会性と総合的視点の覚醒」, 『日宣美の時代: 日本のグラフィックデザイン1951~70』, 24쪽.

13 暮沢剛巳, 『オリンピックと万博』, 13쪽.

14 早川良雄, 「美と機能と個性」, 世界デザイン会議議事録編集委員会 編, 『世界デザイン会議議事録』, 美術出版社, 1961, 46쪽.

15 剣持勇, 「二つの異なる文化が交流する時」, 世界デザイン会議議事録編集委員会 編, 『世界デザイン会議

역성 개념과 보편적인 국제성 중 어느 쪽에 무게를 둘 것인지 혹은 양자 사이의 조화, 균형을 추구할 것인지 등에 대한 고민을 당대의 일본 디자이너들이 공유하고 있었으며 이를 자신의 작업에 반영시키고자 했던 것을 알 수 있다.¹⁶

여기에서 전후 일본의 디자인계 및 1964년 올림픽 디자인 프로젝트와 관련하여 1960년 세계디자인회의 개최가 가지는 의의를 세 가지로 제시해 보려 한다.

첫째로 이 회의는 일본에서 처음으로 건축과 도시공학, 그래픽, 공예, 복식 등에 이르는 디자인 관련 분야를 횡단하여 ‘디자인’을 종합적으로 논의한 국제 행사였다는 점이다. 참고로 전전의 경우 디자인이라는 개념은 의장, 도안, 상업미술, 산업공예 등으로 사용되어 왔다. 전후 1950년대부터 디자인과 디자이너에 대한 저변이 확대되기 시작하면서 디자인이라는 용어의 사용도 증가하게 되는데 바로 이 시기에 해당하는 1956년에 세계디자인회의의 일본 개최가 결정되었다. 이러한 전후 사정으로 볼 때 1960년 세계디자인회의는 ‘디자인’(design)이라는 외래어의 정착을 가져온 동시에 폭넓은 분야를 관통하는 디자인 개념이 통용되는 데 기여한 사건으로 볼 수 있다.

둘째로 1960년 세계디자인회의는 일본 디자이너들에게 디자인과 디자이너가 감당해야 하는 사회적 역할이 무엇인지 고민하는 기회를 제공했다. 특히 바우하우스(bauhaus)에서 타이포그래피 연구로 큰 업적을 남겼던 헤르베르트 바이어(Herbert Bayer, 1900~1985)의 개막 기념 강연은 1960년 세계디자인회의를 다룬 많은 기록들에서 빠지지 않고 언급된다. 바이어는 〈디자인에 대한 고찰〉이라는 제목으로 자연과 인간의 관계, 고유의 풍경 붕괴, 자원 고갈과 원자력 문제, 전통과 역사의 미적 가치에 대한 이해, 공업화와 장인 기술의 공존 등에 대하여 강연했다.¹⁷ 그가 제기한 문제들은 오늘날 더

議事録』, 88쪽.

16 회의 기간 중 가메쿠라도 지역성과 국제성에 대한 견해가 드러난 발표를 하였는데 이에 대해서는 이 글의 4장의 2절을 참고.

17 瀬木慎一 外, 『日宣美の時代: 日本のグラフィックデザイン1951~70』, 24쪽; 暮沢剛巳, 『オリンピッ

욱 절실하게 다가오는 것들이기도 한데 당시 일본 디자이너들에게도 깊은 인상을 남긴 것으로 보인다. 가깝게는 도쿄 올림픽이라는 국가적 행사를 통해 당대 사회에 디자인이 어떻게 기여할 수 있을지로 연결되었을 것이다.

셋째, 실제로 1960년 세계디자인회의가 1964년 개최될 도쿄 올림픽 디자인 프로젝트의 전초전과도 같은 역할을 하게 된 점을 주요한 의의로 들 수 있다. 일본에서의 세계디자인회의 개최가 결정된 것은 1956년 6월 21일부터 7월 1일까지 열렸던 아스펜 국제디자인회의에서였으며 같은 해 11월에는 도쿄 올림픽의 개최가 결정되었다. 시기적으로 비슷하게 맞물리면서 결과적으로 디자이너들을 결집시키며 시너지 효과를 낸 면이 보이기 때문이다.

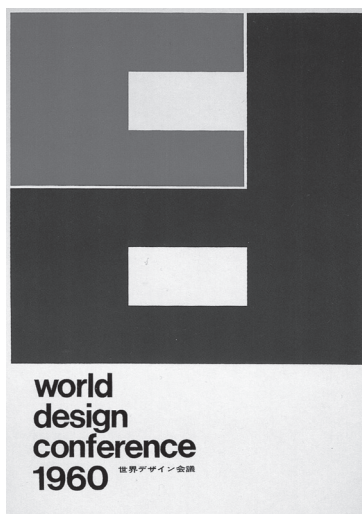
먼저 세계디자인회의 개최가 결정되자 대회를 위한 인쇄물이나 회의장 설치물 등의 일체의 디자인 작업을 위해 고노 다카시(河野鷹思, 1906~1999), 하라 히로무(原弘, 1903~1986), 가메쿠라 유사쿠 등의 중견 디자이너는 물론 다나카 잇코, 나가이 가즈마사(永井一正, 1929~) 등과 같은 젊은 세대의 디자이너군이 함께 모였다. 여기서 구심점 역할을 한 인물은 디자인 평론가 가쓰미 마사루(勝見勝, 1909~1983)로 세계디자인회의의 일본 유치에서부터 개최 준비의 실행까지를 총괄했다. 또한 그는 1964년 올림픽의 디자인 프로젝트의 수장 역할도 맡게 되는데 그 첫 시작으로 1960년 3월에 올림픽 디자인간담회(デザイン懇談会)를 꾸린다.¹⁸ 그리고 세계디자인회의에 참여한 디자이너군이 대부분 올림픽 디자인 프로젝트로 이어진다는 점을 주목해 볼 만하다.

가쓰미는 ‘보편성’과 ‘국제성’을 지향하는 디자인 작업을 주창하며 디자이너들을 견인하였다. 무엇보다 초대장, 포스터, 안내 책자, 참가자 명찰 등에 이르는 모든 작업물을 일관된 디자인 방침하에 구축하는 체계를 마련하고자 했다. 이를 위해 회의의 심벌마크를 먼저 선정하고 이것을 반영한

クと万博』, 16쪽.

18 가쓰미는 이러한 일련의 큰 행사들을 성공적으로 수행한 것으로 평가받고 있으며 때문에 전후 일본 디자인계를 견인한 인물로 꼽힌다.

전체 인쇄물 디자인이 진행되었다. 전체 디자인의 시작점이 된 심벌마크는 design의 ‘d’와 conference의 ‘c’를 조합하여 日本의 ‘日’자 형상이 되는 고노의 디자인이 선정되었다. 다나카는 이 심벌마크를 바탕으로 c와 d를 여러 색으로 변형한 포스터를 디자인했다(〈그림 3〉). 간결하고 명료한 타이포그래피와 색 변형으로 구성된 심벌마크 및 포스터는 다른 인쇄물에도 활용되었다.



〈그림 3〉〈세계디자인회의의 포스터〉, 1960, 인쇄 박물관

이러한 결과물은 형식적인 면에서 국제주의 모더니즘에 부합하면서도 개국국으로서의 일본을 충분히 부각시킬 수 있는 일본적 모더니티를 시각화한 것으로 보인다. 앞서 세계디자인회의를 준비하는 디자이너들이 강하게 의식했던 것이 ‘서구 모던 디자인의 유니버설 콘셉트를 일본만의 명쾌한 디자인으로 제시하는 것’이라 한 무카이의 언급이 그대로 반영된 것도 알 수 있다. 특히 여기에서 일본 문화의 중요한 부분인 한자를 토대로 보편적이고 국제적인 타이포그래피를 연구, 구현하였다는 점에 의미가 있다고 하겠다. 이는 객관적 명료성을 특징으로 하는 국제주의 타이포그래피 스타일을 일본의 문화 정체성에 맞게 소화한 독자적인 결과물로 받아들여졌고, 이로써 서구 디자인계와 어깨를 나란히 할 수 있다는 자신감을 얻을 수 있었을 것이다.

이처럼 1960년의 세계디자인회의는 여러 면에서 도쿄 올림픽을 앞두고 전후 일본의 디자인을 세계 무대에 시현해 볼 수 있는 장으로 역할하였다. 그리고 이러한 세계적 보편성과 일본적 모더니티 추구라는 전후 일본 디자인계의 흐름은 전쟁의 이미지를 지우고 새로운 일본을 제시해야 하는 1964 도쿄 올림픽 디자인 프로젝트로 수렴되었다.

3. 올림픽 시각전달 시스템의 확립

도쿄 올림픽의 디자인 프로젝트에 대한 추진은 1960년 3월, 디자인간담회가 발족되면서 시작되었다. 앞서 언급하였듯이 가쓰미가 프로젝트 전반을 총괄 조정, 지휘하는 좌장으로 선임되었으며 그를 중심으로 디자이너 및 평론가 10명으로 이루어진 디자인간담회가 구성되었다.¹⁹ 여기서 이들이 논의하여 상정한 올림픽을 위한 디자인의 틀은 무엇이였을까? 그것은 “올림픽의 모든 디자인은 일본적인 것을 가미하되 국제성을 띠는 디자인일 것과 불필요한 장식을 배제하되 필요충분한 디자인일 것”이라는 디자인 방침이었다.²⁰ 여기에는 올림픽이라는 세계적 이벤트에서의 일본에 대한 표상과 그것을 위한 디자인의 기능적인 부분이 강조되고 있음을 알 수 있다. 또한 이러한 방침은 자연스럽게 앞 장에서 살펴본 전후 일본 디자인계가 공유하고 있던 문제와 겹쳐진다.

이러한 기초하에 전개된 올림픽 디자인 프로젝트의 첫 과제는 올림픽의 상징적인 얼굴이라 할 수 있는 심벌마크를 선정하는 것이었다. 선정 방식은 지정 공모전으로 진행되었으며 고노 다카시, 가메쿠라 유사쿠, 스기우라 고헤이(杉浦康平, 1932~) 다나카 잇코, 나가이 가즈마사, 이나가키 고이치로(稲垣行一郎, 1959~)의 6명이 지명되었다. 이 중 가메쿠라의 디자인안이 채택되었고, 결과적으로 이후의 디자인에 있어 기준점을 제시하는 역할을 하게 된다.

19 디자인간담회는 올림픽의 디자인 작업에 대한 자문 및 감독 역할을 수행했다. 10명의 구성원은 아라이 세이치로(新井静一郎), 이토 겐지(伊藤憲治), 이마이즈미 다케지(今泉武治), 오가와 마사타카(小川正隆), 가메쿠라 유사쿠, 고노 다카시, 하마구치 류이치(浜口隆一), 하라 히로무, 마쓰에 도모토시(松江知寿), 무카이 히데오(向秀男)이다.

20 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964デザインプロジェクト』, 東京国立近代美術館, 2013, 18쪽. 참고로 도쿄 올림픽의 개최가 결정되고 이듬해인 1957년, 외무대신이었던 후지야마 아이이치로(藤山愛一郎)는 해외시찰 중에 외국 제품의 디자인을 도용한 일본 기업의 제품을 앞에 두고 심한 질문을 받았다고 전한다. 이는 당시 국제주의 모더니즘에 경도된 일본 디자인계를 상징하는 듯한 사건으로 기록되고 있다. 東京都目黒区美術館 ほか編, 『戦後文化の軌跡: 1945~1995』, 朝日新聞社, 1995, 141쪽. 이러한 사건은 올림픽 디자인 프로젝트에 참여하게 될 디자이너들에게 국제성과 일본적 고유성 모두를 획득해야 하는 것이 중차대한 임무로 거듭 인식하는 계기로 작용했으리라 짐작된다.

선정된 심벌마크는 히노마루(日の丸)와 올림픽 오륜, 'TOKYO 1964'라는 활자 즉 누가 보아도 그 의미가 명확하고 익숙한 기호들을 조합하여 배치한 것이 인상적이다. 또한 단순히 일장기로만 여겨졌던 히노마루를 모던한 디자인으로 재탄생시켰다는 점이 주목된다.

‘단순하면서도 직접적으로 일본을 느끼게 하며, 올림픽을 느끼게 한다’라는 어려운 주제였지만 너무 비틀거나 지나치게 생각하거나 하지 않도록 주의하며 제작한 것이 이 심벌입니다. 일본의 정갈한 명쾌함과 올림픽의 활동적인 운동감을 표현하고 싶었습니다. 그런 점에서 완성된 것은 산뜻하며, 간소하다고 말해도 좋을 정도의 단순함 [자체]입니다.²¹

위의 인용문은 심벌마크 선정이 이루어진 직후 발행된 조직위원회 회보에 실린 가메쿠라의 인터뷰인데 지정공모 때 심벌마크에 표현되어야 할 주제가 무엇이었는지 알 수 있다. ‘단순하면서도 직접적으로 일본을 느끼게’ 그러면서도 ‘올림픽을 느끼게’ 해야 한다는 것. 즉 이것은 ‘일본적인 것을 가미하되 국제성을 띠는 디자인, 불필요한 장식을 배제한 디자인’을 원칙으로 삼은 올림픽 디자인 방침이 반영된 주제였고 가메쿠라의 디자인이 거기에 부합한 것이라 할 수 있다.

때문에 심벌마크는 이후의 디자인 프로젝트에 기준점 역할을 하게 된다. 이는 “도쿄 올림픽 심벌마크를 일관되게 사용할 것, 올림픽 오륜 마크의 다섯 색을 중점적으로 사용할 것, 글씨체를 통일할 것”이라는 심벌마크가 선정된 후 디자인간담회가 책정한 올림픽 디자인 방침의 기준 세 가지에도 반영되어 있다. 이에 따라 심벌마크 자체를 그대로 포스터로 제작하기로 결정되었으며 이것이 제1호 올림픽 공식 포스터가 된다.²²

21 亀倉雄策, 「オリンピックのシンボル」, 『東京オリンピック: オリンピック東京大会組織委員会会報』2号, オリンピック東京大会組織委員会, 1960; 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964デザインプロジェクト』, 128쪽에 재수록.

22 그 밖에 심벌마크는 입장권과 올림픽 프로그램 안내 책자, 선수들의 ID 카드 등을 비롯하여 올림픽

근대 올림픽 역사에서 공식 포스터가 최초로 등장한 것은 1912년 스톡홀름 올림픽부터이다. 그때부터 올림픽 포스터들은 대부분 그리스 조각 같은 육체미가 과시된 남성상과 국기, 개최 도시를 상징하는 조형물 등을 조합한 이미지였다. 이와 비교해 1964년 도쿄 올림픽은 완전히 새로운 스타일의 포스터를 제시한 것이었으며, 일본적 이미지와 올림픽의 정체성을 간결하고 정확하게 표현한 것으로 평가받게 했다. 소위 일본적 모더니즘을 구현해 낸 것이다.

심벌마크가 선정된 이후 포스터 제작은 가메쿠라가 하게 되었고 색채 사용에 대해서는 고노, 글씨체의 통일에 관해서는 하라, 전체적인 조정은 가쓰미가 맡아서 조직위원회의 자문에 대응하는 것으로 업무의 체계화를 꾀했다.²³ 이후 실질적인 디자인 작업의 가동을 위해 조직위의 총무과 관할 하에 ‘디자인실’이 마련되었고 젊은 디자이너들이 대대적으로 동원되었다. 특히 이곳은 포스터에서부터 경기장 주변 표식, 각종 시설의 장식, 티켓, 선수촌의 식권에 이르기까지 모든 디자인 작업 전반에 기본 디자인 방침이 지켜지도록 하는 디자인 프로젝트의 지령실로 기능하였다.

이러한 체계화에 완수된 도쿄 올림픽 디자인 프로젝트의 전반을 들여다볼 수 있게 하는 자료가 있는데, 당시에 ‘디자인 가이드 시트’(Design Guide Sheet)라는 이름으로 제작되었다. 이것은 명칭에 나타나듯이 올림픽 디자인의 가이드라인을 배포하기 위한 용도로 기획된 것이었다. 여기에는 심벌마크의 규격, 올림픽 오륜 마크의 색 규정, 일문 및 영문의 병기 방식, 경기 종목 픽토그램, 시설 픽토그램²⁴ 등 올림픽 디자인 전체의 용례가 포함되었으

기념 메달, 우표, 엽서, 배지, 부채에 이르는 각종 기념품 등 올림픽과 관련된 다양한 표식에 활용되었다.

23 勝見勝, 『オリンピック東京大会のデザイン・ポリシー-1』, 『グラフィックデザイン』 17号, 1964, 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964デザインプロジェクト』, 139쪽. 이들 네 사람은 이어서 1970년의 오사카 만국박람회의 디자인 작업에 대한 디자인간담회의 일원으로도 참여한다.

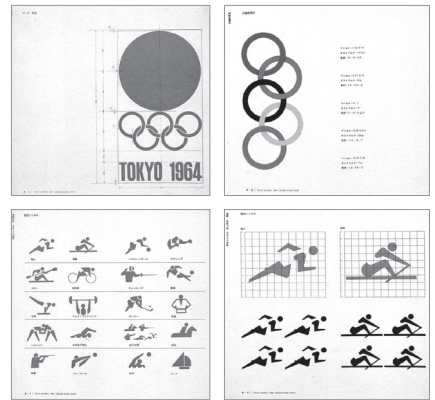
24 경기 종목 픽토그램의 경우는 입장권의 디자인과 연동하여 제작되었기 때문에 비교적 이른 단계에 야마시타 요시로(山下芳郎)가 혼자서 제작했다. 시설 픽토그램은 다나카, 후쿠다 시게오(福田繁雄), 요코오 다다노리(横尾忠則), 우노 아키라(宇野亜喜良), 기무라 쓰네히사(木村恒久), 히로하시 게이코(広橋桂子), 야나기하라 료헤이(柳原良平) 등 10명이 의논하여 제작, 시안을 검토한 후 다나카와 기무라, 히로하시 세 사람이 최종적으로 정리해 마무리했다고 한다. 東京国立近代美術館, 『東京オリ

며 총 44장의 시트가 하나의 패키지로 구성되었다(〈그림 4〉).²⁵ 일종의 디자인 매뉴얼을 구축하여 통일된 디자인의 올림픽 시각전달 시스템을 확립하고자 한 것이다.²⁶

그중에서도 문자를 이용하지 않고 누구에게나 의미를 전달할 수 있는 시각 기호인 픽토그램을 고안하여 사용한 것과 이에 대한 저작권을 IOC에 기탁하였다는 점은 특히 주목할 만하다.²⁷ 픽토그램은 그야말로 궁극의 ‘유니버설한 콘셉트’를 표

방하는 시각 체계이고 이러한 체계를 세계인의 축제, 올림픽에서 전면적으로 도입한 것이 도쿄 올림픽이 처음이었다는 점은 여러 면에서 주목된다. 도쿄 올림픽 디자인의 중요한 축 하나가 히노마루를 이용한 심벌마크와 제1호 공식포스터에서 대표되듯이 일본적 이미지 즉, ‘국가’를 강조한 이미지를 잘 활용한 것이라고 한다면, 그것을 보완하는 장치로서 보편성, 국제성을 특징으로 하는 픽토그램을 마련했다는 추측이 가능하다. 이를 통해 일본적인 것과 유니버설한 것이라는 대립되는 성격이 동시에 존재한다는 것이 도쿄 올림픽 디자인의 흥미로운 지점이자 특색이 될 수 있었다.

그런데 이러한 면은 사실상 전후 국제사회에의 복귀와 새로운 일본적



〈그림 4〉 〈디자인 가이드 시트〉, 1964, 올림픽도쿄대회 조직위원회

ンピック1964デザインプロジェクト』, 92~93쪽.

- 25 처음의 의도는 디자인 가이드 시트를 먼저 완성하고 이것을 이용하면서 모든 올림픽 디자인 프로젝트를 진행할 계획이었지만, 일을 처리하는 과정에서 발생한 여러 변수들로 인해 실제로 완성된 디자인 가이드 시트가 배포된 것은 올림픽 개최 후가 된다. 결과적으로 1964년 올림픽 디자인 프로젝트에 대한 기록 자료가 되었다.
- 26 이러한 시스템은 이후 오사카 만국박람회(1970), 삿포로 올림픽(1972), 오키나와 국제 해양박람회(1975) 등의 디자인 계획에 모델로서 활용되었다.
- 27 픽토그램은 상징적 도형이나 정해진 기호로 누구나 알아볼 수 있게 만든 그림 문자다. 그 원형은 1920년대부터 1940년대까지 ‘언어를 쓰지 않는 세계의 언어’를 개발하고자 지속된 아이소타이프 운동에서 찾을 수 있다. 비엔나의 사회학자 오토 노이라트(Otto Neurath, 1882~1945)가 시각적 커뮤니케이션을 위한 그림 문자의 개념을 처음 주창하였고 이에 대해 아이소타이프(Isotype: International System of Typographic Picture Education)라 명명한 데서 비롯되었다. 필립 B. 맥스, 황인화 옮김, 『그래픽디자인의 역사』, 334쪽.

정체성의 발양을 함께 도모해야 했던 전후 일본에 필연적으로 요청되던 부분이기도 했다. 올림픽을 통해 이러한 임무를 부여받은 디자이너들은 이것을 디자이너의 사회적 역할, 공헌으로 받아들인 것으로 보인다. 언어의 장벽을 넘는 시각적 커뮤니케이션의 방법을 고안하는 것은 냉전 체제 속에서의 국제 관계 개선의 필요성을 인식하거나 평화를 성취하기 위한 수단으로 평가받을 수 있었기 때문이다.

이러한 맥락은 다음과 같은 언급에서 간취해 볼 수 있다. 가메쿠라는 1959년, ‘디자이너들의 사회의식’이라는 좌담회에서 커뮤니케이션 디자인의 중요성을 강조하면서 일본어 표지판을 이해하지 못하는 외국인들을 위해 시각적으로 의사소통할 수 있는 시스템을 만들어야 한다고 피력했다.²⁸ 또 올림픽 개막을 얼마 안 남긴 시점에 가쓰미는 본인이 책임 편집자로 있는 잡지 『그래픽 디자인』에 올림픽의 디자인 구상과 방침 및 실제 제작된 결과물에 대해 소개하는 글을 기고했다. 여기에서 그는 올림픽 디자인 프로젝트에서 가장 큰 성취물로 픽토그램을 지목하였다. 그러면서 국제적으로 통용되기에 명료한 시각적 안내 시스템을 고안함으로써 이후의 올림픽은 물론 국제적 디자인의 흐름을 선도하는 성과를 거두었다는 요지의 자부심에 찬 평가를 덧붙였다.²⁹

위에서 살펴본 도쿄 올림픽의 디자인 시스템은 대내외적으로 큰 호평을 이끌어 냈다. 한편으로 실제로 디자인 작업에 참여했던 인물들의 회고가 담긴 글들에서는 진행 과정 속에서 발생한 여러 변수들과 촉박한 준비 기간으로 계획대로 전개되지 못한 부분에 대한 불만 섞인 언급도 찾아볼 수 있다. 하지만 이에 대해서도 대부분은 ‘무보수로 봉사하다시피 참여했지만 열정으로 고양되었던’, 혹은 ‘신구 세대 디자이너가 일체가 된 협업으로 훌륭히

28 「座談会 デザイナーの社会意識」, 『デザイン』 3号, 美術出版社, 1959년 2월, 16쪽, 前村文博, 「日の丸とモダン」, 清水諭 編, 『オリンピック・スタディーズ: 複数の経験・複数の政治』, せりか書房, 2004, 135쪽.

29 勝見勝, 「オリンピック東京大会のデザイン・ポリシー-1」, 139쪽.

국가 프로젝트를 수행해 내었다'는 식으로 수렴되는 것을 보게 된다.³⁰ 일종의 무용담과 같은 영광의 기억으로 남게 된 것이다. 이는 디자이너로서의 개인의 기억과, 전후의 재건과 부흥을 국내외에 알린 도쿄 올림픽이라는 상징적 사건이 교차하고 중첩되며 만들어진 사회적 기억이라 할 수 있을 것이다.

4. 올림픽 디자인 전략에 내포된 양가적 의미

이상에서 살펴본 도쿄 올림픽 디자인의 시각적 성과를 놓고 봤을 때, 여기에는 과연 전전(戰前) 시대와의 연결성이 전혀 없는 것일까? 전쟁의 역사와 단절한 전후의 새로운 일본이 잘 표상되었다고 볼 수 있을까? 이에 대해 검토하기 위해 이번 장에서는 아래와 같은 내용을 살피고자 한다.

주지하듯이 도쿄 올림픽의 디자인 프로젝트에 동원된 디자이너들은 국제적인 동시대성을 획득하면서도 일본적인 정체성을 발현해야 하는 과제를 해결해야 했다. 이것은 국가적 프로젝트로서 부여받은 임무 그리고 현대 일본의 디자이너들이 자각해 온 의식과 실천의 여정과 겹쳐지는 문제였다. 그렇다면 이러한 과제를 어떻게 해결해야 하는가가 중요한데, 이를 들여다보기 위해 올림픽 디자인 프로젝트에 참여한 인물들의 전전에서 전후로 이어지는 활동 및 그들이 어떠한 디자인 전략을 도모했는지 살펴본다.

1) 전전 / 전후와의 단절과 연속

전술하였듯이 전후 일본의 디자인계 흐름을 주도한 인물들이 1960년 세계 디자인회의를 위한 디자인 작업을 만들어 냈고, 여기에 참여했던 이들이 다시 1964년 올림픽 디자인에 참여하게 된다. 이처럼 국제적인 주요 프로젝

30 이에 대해서는 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964デザインプロジェクト』; 瀬木慎一 外, 『日宣美の時代: 日本のグラフィックデザイン1951~70』; 印刷博物館, 『1960年代グラフィズム』 참고.

트에 동일한 인적 구성원이 이어지고 있다는 점은 주목할 필요가 있다. 더욱 흥미로운 것은 이들을 견인한 주요 인물들이 전전에 이미 디자인계에서 활발히 활동하며 명성을 얻었고 그 주요 활동이 프로파간다로서의 디자인 작업이었다는 점이다. 때문에 전전과 전후에 그들의 활동이 어떠한 차이를 보이는지 질문하지 않을 수 없다. 이에 부합하는 인물로는 고노 다카시, 하라 히로무, 가메쿠라 유사쿠 등을 들 수 있다. 여기서 이들이 제작한 1930년대부터 전쟁기 동안의 제작물과 도쿄 올림픽의 디자인 작업들을 비교해 보는 것은 두 시기 사이의 차이점과 유사점을 발견하는 데 도움을 줄 것이다.

1930년대의 일본은 국제 사회로부터 고립이 깊어지는 한편으로 자국의 전통문화와 근대적인 모습을 강조한 대외 선전 활동을 활발히 전개한다. 특히 사진이 중요한 역할을 했는데 회화와 다른 독자적인 표현을 모색한 신흥사진은 그래프 저널리즘(graph-journalism)³¹과 맞물려 보도사진으로서 영향력이 증폭되었다.³² 대표적인 그래프 저널리즘의 예로 『NIPPON』, 『FRONT』 등이 있다. 두 잡지 모두 사진가와 디자이너로 구성된 조직에서 간행하였는데 전자는 일본공방(日本工房)이 대외용으로 1934년에 창간한 선전 잡지이며, 후자는 동방사(東方社)가 정부 정책에 의해 1942년에 창간한 잡지였다.³³

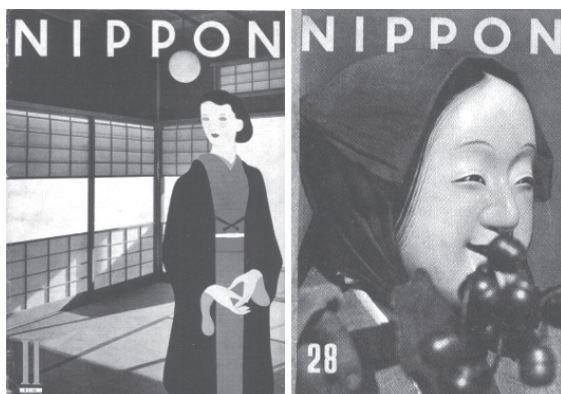
고노는 일본공방의 디자이너로서 『NIPPON』의 표지 디자인에 참여하였으며, 일본공방에서 사회 초년병 생활을 시작한 가메쿠라는 『NIPPON』의 편집 디자인과 지면에 게재되는 광고 디자인을 주로 하게 되었다(〈그림 5〉).³⁴

31 사진을 중심으로 하여 편집된 간행물로 내용적으로는 사회문제에서 패션, 미술, 영화 등의 소개를 포함하고 있다. 미국의 『라이프』(Life), 프랑스의 『파리 매치』(Paris Match) 등이 전형적인 예이다.

32 이와 관련한 내용은 白山眞理·小原真史, 『戦争と平和: 〈報道写真〉が伝えたかった日本』, 平凡社, 2015; 川畑直道, 構成・文, 『紙上のモダニズム: 1920~30年代日本のグラフィック・デザイン』, 六耀社, 2003 참고.

33 1933년에 설립된 일본공방은 창립 멤버들의 탈퇴로 1934년에 재편되었고, 1939년에는 전시 시국에 의해 '국제보도공예주식회사'로 개칭, 정보국의 지휘하에 있었다. 동방사는 1934년에 설립된 중앙공방(中央工房)이 1941년에 동방사로 개편한 것으로 정보부의 육군 참모본부 산하로 대외 선전 프로덕션 기능을 하였다.

34 가메쿠라는 바우하우스의 영감을 받은 커리큘럼을 장려한 건축응용예술학원인 도쿄 신건축공예학원(新建築工芸学院)에서 구성이론을 공부했다. 졸업 직후 1938년, 일본공방의 전속 사진가였던 친구 토몬켄(土門拳)의 소개로 일본공방에 들어가게 되었다. 디자인과 사진에 있어 당시 최고의 조직이었



〈그림 5〉

고노 다카시, 『NIPPON』 2호 표지, 1935, 도쿄도시대학도서관(왼쪽)
가메쿠라 유사쿠, 『NIPPON』 28호 표지, 1941, 일본카메라재단(오른쪽)



〈그림 6〉

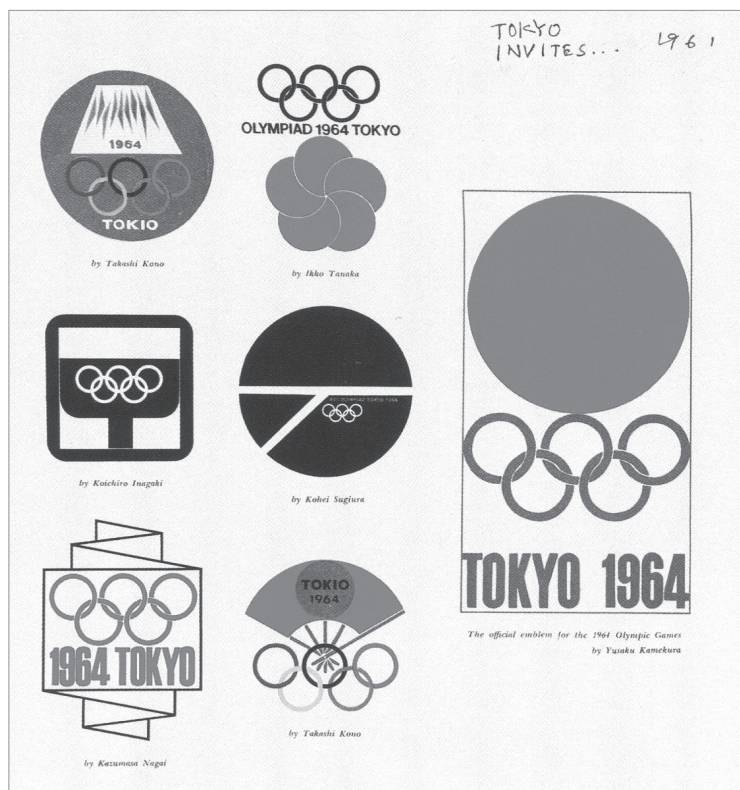
하라 히로무, 『FRONT』 1·2호 표지와 지면, 1942, 일본카메라재단

두 사람 모두 일본적인 소재를 자주 활용하면서도 구도 및 레이아웃에 바우하우스나 러시아 구성주의 등의 국제적 디자인 경향을 습득한 면모를 보여 준다.

한편 하라는 『FRONT』의 아트디렉터로서 〈그림 6〉에서 보듯이 대담한 레이아웃을 이끌었다. 『FRONT』는 포토몽타주의 정수를 보여 주는 잡지로 알려진 소련의 『USSR in Construction』을 참고해서 기획되었는데³⁵ 하라 역시 포토몽타주 기법을 잘 활용하였다. 통상적인 시점이 아닌 밑에서 올려다보는 또는 새처럼 내려다보는 시점, 극도의 근접 촬영, 각도가 큰 시점 등의 사진은 모홀리 나기 등을 비롯한 바우하우스 조형운동에서도 영향을 받은 것으로 보인다. 또한 하라는 철도성 국제관광국(鐵道省國際觀光局)이 1935년에 창간한 『TRAVEL IN JAPAN』이라는 대외 선전용 잡지의 디자

던 일본공방에서 그의 커리어를 쌓았고 전시기에는 태국에 사용될 선전 잡지 『카우파푸』의 책임 편집자가 되었다.

35 白山眞理・小原眞史, 『戦争と平和: 〈報道写真〉が伝えたかった日本』, 72쪽.



〈그림 7〉〈1964 도쿄 올림픽 심벌마크 디자인 안〉, 1960,
니가타현립근대미술관·반다지미술관, 『TOKYO INVITES...』(1961)에 수록

인도 말아서 진행했다. 그가 디자인한 표지들을 보면 벚꽃, 가무곡 노와 같이 일본의 자연과 전통을 소재로 삼은 것이 눈에 띄는데, 이는 해외 관광객 유치에 위해 일본의 문화나 풍토를 소개하는 잡지의 성격이 반영된 것이라 하겠다.

한편 1964년 도쿄 올림픽의 디자인에서 이들이 참여한 작업들을 보자면 가메쿠라의 경우는 앞서 살펴본 바 있는 심벌마크가 대표적이다. 그것과 함께 출품되었던 다른 안들과 비교해 보면 그 시각적 명료성과 디자인의 모던함이 더 드러나 보인다. 〈그림 7〉을 보면 좌측 상단에서부터 시계 방향으로 고노, 다나카, 스기우라, 고노, 나가이, 이나가키의 디자인이다. ‘일본적인 것을 가미하되 국제성을 띠는 디자인, 불필요한 장식을 배제한 디자인’

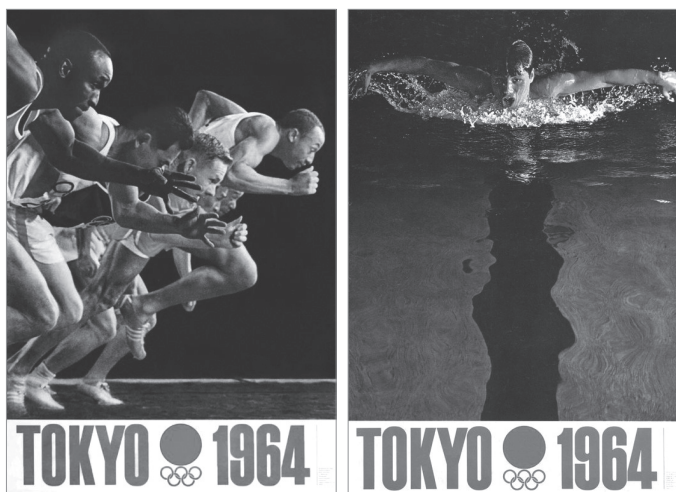
이라는 방침을 떠올리며 보면, 후지산과 일본 부채 형상을 활용한 고노의 경우나, 전통 문장(紋章)을 연상시키는 다나카의 디자인은 ‘일본적인 것을 가미’하는 쪽에 중심을 둔 것이라 할 수 있다.

그 외의 것들은 직접적으로 일본을 느끼게 하지는 않지만 추상적인 도식화 경향을 보인다는 면에서 ‘국제성을 띠는, 장식을 배제한 디자인’에 부합하고 있다. 이러한 면들을 볼 때, 일본적인 것과 국제성을 띤 명료한 디자인이라는 두 기준을 다 충족하는 가메쿠라의 안이 선정된 것에 납득이 간다.

그런데 여기서 전전의 디자인과 비교를 위해 가메쿠라와 고노의 심벌마크의 디자인과 그들의 『NIPPON』의 표지 디자인(〈그림 5〉)을 같이 놓고 보면 어떠한가? 우선 소재의 면에서는 역사적 균열 없이 일본적 소재를 활용하고 있는 것이 공통적인 특징으로 관찰된다. 시각적 표현에 있어서도 소위 국제주의적 모더니즘을 소화하여 일본적 모더니즘을 구축하는 것이 당대의 디자이너들의 과제였다는 점에서 그것을 어느 정도 달성했는가 아닌가의 문제는 차치하고 이러한 문제에 대해 의식하고 실천하고 있었음은 분명해 보인다. 앞서 본 『FRONT』지에서와 같이 직접적으로 전쟁과 관련된 사진을 사용하는 경우가 아닌 이상 프로파간다로서의 1930~1940년대의 디자인 이미지에서 1964년 도쿄 올림픽의 이미지가 시각적으로 180도 달라졌다고 보기는 어려울 수 있다.

그렇다면 전후의 부흥 일본, 민주적 평화국가로서의 새로운 일본을 제시해야 할 임무를 부여받은 디자이너들은 이것을 해결하기 위해 어떤 방식을 취해야 했을까. 먼저 가시적으로 전쟁의 이미지를 지우면서도 일본적인 것, 일본의 정체성은 살려야 했다. 다음으로 그들이 전전에 이미 습득한 국제주의의 양식을 밑거름으로 삼되 동시대성을 획득한 모던한 현대성을 추구한 것이라 볼 수 있다.

1964년 올림픽 디자인에서 하라는 대회 초대장, 연하장 등에 와지(和紙)를 사용하거나 오리가미(折り紙) 이미지를 활용하는 등 전통 쪽에 비중을 두는 면모를 보인다. 그에 비해 가메쿠라의 심벌마크는 보편성을 획득한 일본



〈그림 8〉 가메쿠라 유사쿠, 〈1964 도쿄 올림픽 2호 포스터〉, 1962, 인쇄박물관/도쿄국립근대미술관(왼쪽)
가메쿠라 유사쿠, 〈1964 도쿄 올림픽 3호 포스터〉, 1963, 인쇄박물관/도쿄국립근대미술관(오른쪽)

적 모더니즘을 추구했다고 할 수 있다. 포스터의 경우 심벌마크를 그대로 확대해 제작한 1호 포스터에 이어 2호, 3호 포스터가 차례로 제작되는데 각각 육상의 스타트 대시(start dash)와 수영의 평영을 소재로 움직임의 순간을 포착한 역동적인 사진과 심벌마크를 조합하여 완성되었다(〈그림 8〉).³⁶ 역대 올림픽 포스터로는 사진을 사용한 첫 시도였다.³⁷ 그런데 이미 살펴본 것처럼 사진의 디자인적 유용성과 그 효과에 대해서는 1930~1940년대 프로파간다 디자인을 통해 이미 체득한 바 있었다. 이러한 경험이 당초에는 예정에 없던 포스터 시리즈를 의뢰받았을 때 아이디어로 작용하였으리라 짐작해 볼 수 있다.

36 사진 촬영은 하야사키 오사무(早崎治), 연출은 무라코시 조(村越襄)가 맡았다.

37 가메쿠라는 2호 포스터를 제작하게 되었을 때부터 포스터의 전시 배열에 대해 생각하며 제작했다고 한다. 히노마루 심벌의 1호 포스터를 중심으로 좌우에 2호 포스터를 배치함으로써 더 큰 박력을 얻게 된다는 것이다. 마찬가지로 1호 포스터를 중심으로 좌우에 2호와 3호를 배치할 수도 있고 이러한 조합으로 세 포스터를 연결하면서 화면이 연장되게 되므로 거기서 얻는 시각적 효과와 힘이 더 강력하다고 보았다. 龜倉雄策, 「オリンピック第2回ポスターについて」, 『デザイン』 34号, 1962, 東京国立近代美術館, 『東京オリンピック1964デザインプロジェクト』, 128쪽. 앞서 심벌마크에 대해 “일본의 정갈한 명쾌함과 올림픽의 활동적인 운동감을 표현하고 싶다”고 했던 그의 의도가 포스터 시리즈로 확장된 것으로 볼 수 있다.

특히 육상 경기의 출발 순간을 포착한 2호 포스터의 경우, 어딘가 기시감이 드는데 가메쿠라보다 연장자이자 일본공방의 디자이너였던 고노가 1936년 6월, 『NIPPON』의 표지에 1명의 선수이기는 하지만 매우 유사한 모습의 사진을 사용한 바 있다(〈그림 9〉). 1936년은 베를린 올림픽이 개최되었던 해로, 당시에 일본은 1940년에 도쿄 올림픽을 개최하기 위한 유치 활동에 박차를 가하던 때였다. 고노는 전체적으로 일러스트레이션의 요소가 강한 표지 이미지의 하단 중앙에 출발하는 찰나



〈그림 9〉 고노 다카시, 『NIPPON』 7호 표지, 1936, 『紙上のモダニズム』, 170쪽 수록

의 육상 선수 사진을 합성하였는데 이것은 일본공방의 운영자이자 사진가인 나토리 요노스케(名取洋之助)가 촬영한 것이었다. 가메쿠라가 일본공방에 입사한 것이 1938년이므로, 『NIPPON』의 편집 디자인을 맡았으므로 이에 대해 충분히 인지하고 있다가 활용하였을 가능성도 생각해 볼 수 있다. 1940년 올림픽이 개최가 무산된 환상의 올림픽이었던 만큼 1964년 올림픽 포스터에 오랜 일본의 비원을 담고자 한 것으로 혹은 일본 공방에서 많은 영향을 받은 나토리에 대한 오마주로도 해석해 볼 수 있을 듯하다.

이상에서 보듯이 고노, 가메쿠라, 하라 등 1964 올림픽 디자인 프로젝트에 참가한 디자이너들은 그들이 전전부터 축적해 온 디자인 문법을 선택적으로 전용하였다. 그림으로써 전후의 새로운 국가 이미지 창출이라는 국가적 차원의 과제에 부응할 수 있었던 것이다.

한편 1964년과 비교해 전시였던 탓에 개최하지 못한 1940년의 도쿄 올림픽 디자인은 어떠한 양상을 보이는지 포스터의 예를 통해 살펴볼 수 있다. 〈그림 10〉은 1940년 도쿄 올림픽의 포스터 공모에서 입선한 것들인데,



〈그림 10〉 〈1940년 도쿄 올림픽 포스터 입선작〉, 『幻の東京五輪・万博 1940』, 175쪽 수록

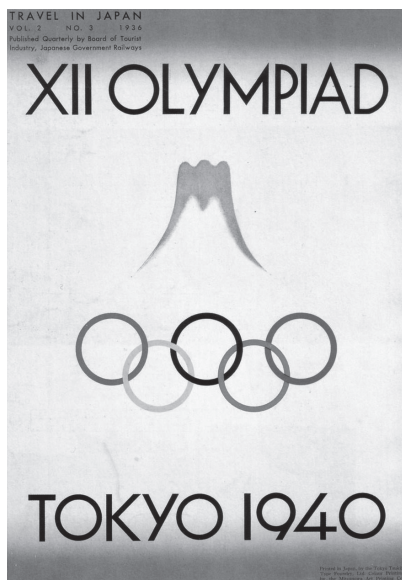
근대 올림픽 포스터에서 줄곧 제시되어 온 근육질을 뽐내는 남성 운동선수가 등장하는 포스터가 다수 눈에 띈다. 운동선수 이미지와 연결되는 강인한 신체 이상주의가 군국주의를 암시적으로 나타낸다고 한다면 직접적으로 군인을 등장시킨 포스터도 있다. 이와 함께 일본의 건국신화와 관련된 도상이 등장하는 것도 여러 개 보이는데, 〈그림 10〉의 상단 중앙에 위치한 구로다 노리오(黒田典夫)의 포스터가 대표적이다. 이것은 1등 당선작으로, 갑주 차림의 고대 무사는 일본개국 신화의 주인공인 진무천황을 상기시키는 주제다. 또 진무천황이 동쪽을 정벌할 때 활에 앉았다고 전하는 금빛 소리개도 등장하고 있다.³⁸ 이것은 기원 2600년 기념 일본만국박람회 포스터 공모전의 1등 수상작과 무사의 앞모습과 뒷모습이라는 차이 외에는 상당히 유사한 것을 볼 수 있다.

이러한 주제와 이미지는 황기에 근거한 기원 2600년이 되는 1940년에

38 1940년 환상의 올림픽 및 만국박람회의 포스터에 대해서는 夫馬信一, 『幻の東京五輪・万博 1940』, 原書房, 2016, 174~180, 182~187쪽 참조.



〈그림 11〉 1940년 도쿄 올림픽 공인마크,
『幻の東京五輪・万博 1940』, 16쪽 수록(왼쪽)
하라 히로무, 『TRAVEL IN JAPAN』, 1936,
『幻の東京五輪・万博 1940』, 4쪽 수록(오른쪽)



도쿄에서 올림픽과 만국박람회를 동시에 개최하는 장대한 대일본제국의 제전을 꾀했던 당시의 흐름과 연결된다. 여기에는 제국주의 국가로서의 위상을 선전하고 천황을 통하여 국민통합을 꾀하려 한 국가적 행사의 개최 의도가 형상화되었다고 할 수 있다.

이와 같이 어딘가 비장함이 감도는 군국주의나 일본이라는 국체를 강조하는 양상은 1964년 올림픽 디자인에서는 찾아볼 수 없다. 예를 들어 앞서 본 심벌마크 선정에 출품된 디자인 안들 중에 후지산을 모티브로 사용한 고노의 디자인은 후지산을 추상화시킨 이미지로 표현하였는데, 1940년 도쿄 올림픽의 공인 마크나 외국 홍보용 잡지에 실린 광고 이미지(〈그림 11〉)와 유사한 면이 있다. 그런 면에서 전전과 다른 평화민주국가 일본을 표상하기에 부적합한 것으로 여겨져 선정되지 않았을 가능성이 있다. 1964년 디자인 프로젝트의 첫 결과물이자 이후의 방향성을 제시한 심벌마크였던 만큼 제국주의, 군국주의 과거와 연결될 수 있는 여지를 제거하는 것이 중요하게 고려되었을 것이기 때문이다.

이처럼 전시기의 이미지를 지우는 것이 디자이너들에게 주어진 중요한

임무였고 문화국가로서의 일본을 보여 줄 수 있는 고유의 전통과 보편적 국제주의 사이의 조율이 중요했다. 이에 대해 누구보다 잘 인식하고 실천한 인물이 가메쿠라라 할 수 있는데 그는 1964년 올림픽 디자인 프로젝트에 주어진 과제에 대해 올림픽 심벌마크와 1호 포스터라는 결과물을 만들어 냈다. 아래의 두 인용문은 가메쿠라가 자신이 디자인한 심벌마크에 대해 설명하는 것으로 히노마루의 양의적인 특징에 대해 강조하고 있는 것을 알 수 있다.

나는 올림픽의 심벌마크에 히노마루를 크게 그려 넣었다. 이것은 히노마루라고 생각해도 좋지만, 사실은 태양이라는 의식이 강하다. 다만 올림픽 마크와 붉은 색의 큰 동그라미의 밸런스에 신선한 감각을 붙여넣고 싶었다. 그로 인해 히노마루도 모던한 디자인이 될 수 있다고 생각했다.³⁹

하지만 이걸 국기로 생각하는 사람은 별로 없는 것 같아요. 외국인이 의식하고 있는 것은 태양이라구요. 흰 스페이스가 많이 없으면 국기답지 않게 되죠. 그냥 국기에서 가져온 태양의 이미지에요. 일본인들이 보면 새로운 애국심 같은 것을 느끼는 사람이 많을 수 있겠지만요.⁴⁰

여기서 흥미로운 점은 가메쿠라의 어딘가 애매모호한 어조다. ‘히노마루가 일본의 국기를 상징하는 것이고 그것을 나타낸 것이기는 하지만, 반드시 그것을 의식한 것은 아니다. 붉은 원, 태양의 이미지 같은 보다 보편적인 성격을 추구했다’는 식으로 어느 한쪽으로 결론을 내리지 않는다. 이러한 태도는 히노마루를 국제주의적 디자인 문법으로 모던하게 형상화했음에도 불구하고 그 이면에 제국주의, 군국주의 일본의 상징으로서의 히노마루

39 亀倉雄策, 「日の丸のオリンピック」, 『毎日新聞』, 1966. 7. 26., 株式会社リクルート 編, 『亀倉雄策 1915~1997』, メディアファクトリー, 1998, 115쪽.

40 「座談会 オリンピック東京大会をあと二年にひかえて」, 『広告 美術』 36・37号, 折込広告社, 1961, 22쪽, 前村文博, 「日の丸とモダン」, 139쪽 재인용.

로 연결될 여지를 남긴다. 이러한 모호함 속에 전전과의 연속성을 감춘 채, 국제적 동시대성을 획득하면서도 일본적 정체성을 드러내는 일본적 모더니즘을 성취해야 하는 임무를 수행하였다는 점이 의미심장하다.

2) 일본적 특수성과 세계적 보편성

무엇보다 1964년 도쿄 올림픽을 대표하는 상징적 시각물은 가메쿠라가 디자인한 심벌마크와 1호 포스터라 할 수 있다. 전술하였듯이 가메쿠라는 이전까지 일장기로만 여겨졌던 히노마루를 모던한 디자인으로 시각화하였다. 과연 이것은 국적이나 지역성을 초월한 모던한 조형인가 아니면 민족주의의 발신인가? 실제로 심벌마크가 선정되었을 당시 일본 내의 반응도 양분되어 나타났다. 한 예로 건축 평론가 가와조에 노보루(川添登)는 심벌마크가 선정된 다음 날 신문 지상을 통해 다음과 같이 긍정적인 평가를 했다.

이 간소한 디자인은 우리나라를 상징하면서도 일본의 전통을 훨씬 뛰어넘어 ... 높은 국제성을 획득하고 있다.⁴¹

또 이와는 대조적으로 우익 쪽 사람들이 일장기를 침범하고 있는 포스터를 없애라고 매일 찾아오는 난감한 상황이라는 이야기를 가메쿠라가 올림픽 조직위원회를 방문했을 때 들었다고 한다. 그는 이에 덧붙여 “대체로 일본의 ‘인테리’가 히노마루를 싫어하는 경향이 있는데, 일장기를 보면 전쟁이 떠올라 싫다고들 한다. 이렇게 국민에게 미움 받고 있는 국기란 처량하다”고 개인적인 견해를 밝히기도 했다.⁴²

이러한 일장기에 덧입혀진 전쟁의 이미지를 회색시키는 것, 나아가 그

41 川添登, 「すぐれたシンボル 東京五輪のポスター」, 『読売新聞』, 1961. 3. 22. 夕刊, 前村文博, 「日の丸とモダン」, 137쪽. 가메쿠라는 가와조에의 이러한 평가 부분이 마음에 들었던지 자신의 작품집에 포함된 「작품 노트」에 “국제성을 획득한 뛰어난 심벌”이라고 평가받았음을 인용, 기재해 놓고 있다. 亀倉雄策, 『亀倉雄策のデザイン』, 六耀社, 2005, 210쪽.

42 亀倉雄策, 「日の丸のオリンピック」, 『亀倉雄策 1915~1997』, 115쪽.

것을 제거하고 전후의 새로워진 일본을 표상하는 것이 가메쿠라 그리고 올림픽 디자인에 동원된 디자이너들이 해결해야 하는 문제였음은 주지하는 바이다. 이러한 맥락에서 1962년에는 일본선전미술회의 회원인 아리모토 이사오, 나가이 가즈마사, 시라이 마사하루가 〈국기에 대한 제안〉을 발표하는데, 도쿄 올림픽을 앞두고 기존의 국기, 즉 메이지 3년에 제정되었던 국기를 다시 디자인하자는 것이었다. 히노마루의 크기를 세로×2/3 크게 확대하고, 마젠타와 옐로우 두 색을 배합한 좀 더 밝은 색으로 변경하자는 것이 주요 사항으로, “더 커다란 히노마루가 젊고, 밝고, 전쟁 전의 이미지를 일신하는 평화의 심벌이다!”라고⁴³ 주장하였다.

이러한 요구는 당시에 이루어지지 않았지만, 도쿄 올림픽이 히노마루에 함의된 일본의 이미지에 변화가 필요하다는 사회적 인식을 공론화하는 계기가 되었다는 점에서 유의미하다. 가메쿠라는 자신의 후배 세대가 이러한 시도를 하는 데에 자신이 디자인한 심벌마크와 1호 포스터가 동기를 제공했다는 것에 대해 자랑스러워하는가 하면, 미움 받던 일장기를 사랑받게 하는 계기를 마련한 올림픽 포스터에 대해 반대를 표하는 우익 측의 생각을 이해할 수 없다고 글로 남기기도 했다.⁴⁴

가메쿠라는 이러한 히노마루가 가지는 일본적 특수성을 인지하고 있었으며 그러한 가운데 심벌마크 디자인에서 모더니스트의 비전을 실현하고자 추상성과 조형성에 기초하여 전통을 바라보는 전략을 취했다. 이를 통해 세계적 보편성과 일본적 특수성 간의 균형을 맞추는 것 나아가 일본적 특수성을 국제적인 보편성을 지닌 것으로 변모시키는 데 주안점을 둔 것이라 할 수 있다. 이처럼 전통을 소환하여 일본적 정체성을 재구축해야 할 필요성을 인식했던 가메쿠라는 1960년 세계디자인회의에서 「가타치」(KATACHI)라는 제목의 연설을 통해 아래와 같이 언급하였다.

43 瀬木慎一 外, 『日宣美の時代: 日本のグラフィックデザイン1951~70』, 104쪽.

44 亀倉雄策, 『日の丸のオリンピック』, 『亀倉雄策 1915~1997』, 115쪽.

우리 일본 디자이너에게 부과된 문제 중 하나가 전통이다. 전통은 디자이너에게 부담이 되겠지만, 이를 거부할 수는 없다. 우리는 우리의 전통을 한 번 분해하고, 새롭게 조립할 의무가 있다.⁴⁵

그는 이 자리에서 일본의 전통 속에서 양질의 유산을 계승해야 한다고 피력하면서, 그 유산을 ‘가타치’(形)라고 하였다. 사물의 모양, 형태, 형식을 의미하는 ‘가타치’를 오랜 역사를 통해 일정한 형태로 정형화된 일본의 전통이자 계승해야 할 유산으로 상정한 것이다. 위의 인용구에서 “전통을 한번 ‘분해’하고 새롭게 ‘조립’해야 한다”고 한 것은 전통을 계승하되 단순히 물려받는 것이 아니라 그것이 고착화될 위험을 경계하며 기존의 전통을 돌아보고 재해석하는 과정이 필요함을 강조한 것으로 이해할 수 있다.

또 이 연설에서 가메쿠라는 도자기 등 전통의 구체적인 예를 들며 설명하였는데, 이를테면 술잔의 형태나 사용 방법의 변천을 가능한 한 역사적 흐름에 따라 기술하려는 식으로 전통을 역사화, 체계화하려는 노력을 보여 주었다. 이러한 시도는 일본적인 것을 재검토하고 모던한 디자인 문법을 통해 전통을 재구축하고자 한 그의 관점이 반영된 결과라 하겠다.

전통에 대한 가메쿠라의 관점이 형성되는 데에 큰 계기가 된 것으로 1954년에 그가 처음으로 미국을 여행하며 겪은 경험을 들 수 있다. 그는 뉴욕에서 저명한 잡지의 아트디렉터에게 모더니즘을 추구한 자신의 〈니콘 카메라〉 디자인을 보여 줄 기회가 있었고, 이에 대한 긍정적인 평가를 기대했으나 “우키요에 같은 훌륭한 예술이 있으면서 왜 당신은 유럽풍의 디자인을 하고 있는가?”라는 질문을 받고 충격을 받았다는 것이다. 이 경험은 전통이란 무엇인지, 전통을 떨쳐 버리고 합리주의의 길로 가는 것이 맞는 것인지, 전통과 서구화의 접점이 있는 것인지 등에 대해 고민하게 했다.⁴⁶

45 亀倉雄策, 「KATACHI」, 世界デザイン会議事録編集委員会 編, 『世界デザイン会議事録』, 美術出版社, 1961, 31쪽.

46 亀倉雄策, 「西洋と日本との接点」, 『クリエイション』 3号, リクルート, 1990; 『亀倉雄策の直言飛行』 (1991), 六耀社, 2015, 85~88쪽.

유사한 맥락에서 가메쿠라는 일본 공방에서 근무하던 시기에 일본의 전통 문장(紋章)의 조형적 미를 재발견하게 되면서 그것을 현대적으로 재구성하고 싶어 한다. 양식적으로 문장은 평면적인 형태이고 대부분 중앙을 중심으로 좌우 대칭을 이루는 것이 특징이다. 이러한 문장의 양식적 원리와 단순한 조형성을 발견한 그는 이것을 기업의 로고 디자인이나, 이 글에서 살펴본 심벌마크 디자인의 대칭적 구성 등에 적용하였다.

한편 히노마루와 더불어 주목되는 것은 ‘금색’을 사용한 디자인이다. 가메쿠라는 심벌마크에서 올림픽 오륜과 ‘TOKYO1964’라는 활자를 금색으로 표현했는데, 특히 올림픽 오륜까지 금색으로 한 것은 이례적이라 할 수 있다. 금색은 일본의 전통문화에서 중요하게 다뤄져 왔는데, 금박을 입힌 누각으로 유명한 금각사나 아즈치모모야마(安土桃山) 시대의 성곽 내부를 장식한 장벽화 등이 대표적인 예이다. 이렇게 금 혹은 황금은 지상의 부와 권위를 상징하며 장식에 많이 사용되는 한편 신불의 숭고한 초월성과 장엄함을 나타내기도 했다. 가메쿠라가 일본의 장식적인 전통문화와 밀접한 금색을 일본을 대표하는 이미지로 사용한 것이라 볼 수 있다.⁴⁷

귀금속으로서의 금의 가치나 그것이 내포한 부, 권력의 상징성은 어느 나라에서나 보편적으로 받아들여지는 면이기도 하고, 누구에게나 어필할 수 있는 색이라는 점에서 히노마루가 일장기이면서 동시에 태양이라는 보편적 상징 의미를 포함하는 것과 유사한 맥락임을 알 수 있다. 즉 일본 특수적인 것을 보편적인 것으로 확장시키며 해석하는 방식을 전략적으로 사용한 것이라 하겠다.⁴⁸

47 가메쿠라는 이후 금색을 자주 썼는데, 특히 대외용 포스터에 자주 등장하는 것을 볼 수 있다. 대표적인 예로 1970년 오사카 만국박람회에서는 검정색 바탕 화면 중앙에 박람회의 심벌마크인 벚꽃 문양을 배치하고 거기서부터 금색의 선들이 방사 형태로 확산되는 포스터를 제작했다. 검은 바탕에 금칠을 한 것 같은 표현은 일본 전통 옷칠공예인 마키에(蒔繪)와 유사해 보인다는 평을 들었다.

48 이러한 전략은 1950년대 건축계에서 활발하게 논의된 ‘전통논쟁’의 담론을 상기시킨다. ‘조몬 대 야요이’의 이분법적 구도 혹은 디오니소스 대 아폴론의 대립으로 이어진 이 논쟁은 조몬적인 원시적 에너지로 야요이적 전통을 극복할 것을 주장했다. 이러한 논쟁을 촉발시킨 오키모토 다로(岡本太郎)를 비롯하여 전통 논쟁과 관계한 단게 겐조(丹下健三), 가와조에 등은 가메쿠라나 가쓰미 등과도 도쿄 올림픽, 오사카 만국박람회 같은 국가적 행사를 위해 같이 협업하거나 별도의 연구 모임, 좌담회 등을 통해 가깝게 지냈던 것으로 보인다. 이러한 인적 교류는 가메쿠라가 1950년대 사회적 이슈로

가메쿠라는 히노마루가 함의하고 있는 일본적 특수성과 전통을 중요시했다. 또한 동시에 서양과 일본의 “점점 위에 서면 더 이상 서양도 일본도 없다”고 하며 세계의 민족과 언어, 관습 등의 차이를 넘어 누구나 이해할 수 있는 시각 언어로서의 디자인을 강조했다.⁴⁹ 즉 전통의 재구축을 통한 일본적 모더니즘의 구현을 추구함으로써 지역적이면서도 세계적인 양가적 미학과 담론을 만들어 냈다고 할 수 있다. 그리고 이것은 1964년 올림픽 디자인의 중심축으로 역할하며 올림픽 디자인 프로젝트의 성격을 규정하는 데 기여했다.

5. 맺으며

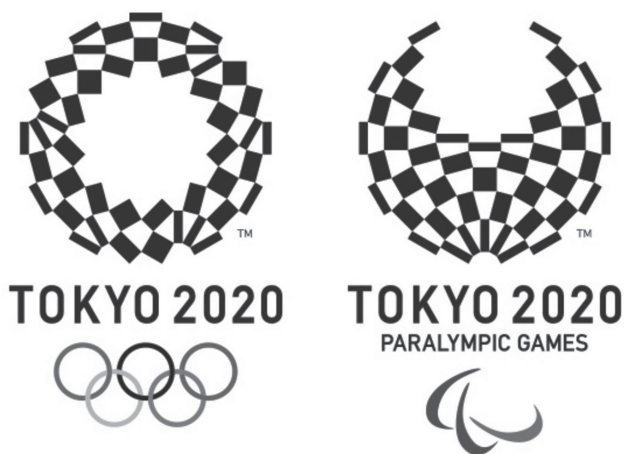
“일본적인 것을 가미하되 국제성을 띠는 디자인일 것, 불필요한 장식을 배제하되 필요충분한 디자인일 것.” 이러한 1964년 도쿄 올림픽의 디자인 방침은 전전에서 전후로 이어진 디자인계의 문제의식과 그들에게 주어진 임무를 반영한 것이었다. 결과적으로 도쿄 올림픽 디자인 프로젝트는 국내외에서 큰 반향을 일으켰고, 세계 디자인사에 일본 현대 디자인이 본격적으로 편입될 수 있었다.⁵⁰

서두에서 언급하였던 2020년 도쿄 올림픽 엠블럼은 표절 시비 사건 이후 재공모 과정을 거쳐 도코로 아사오(野老朝雄)의 디자인 안이 선정되었다(〈그림 12〉). 이에 대해 올림픽 공식 사이트에는 에도 시대에 ‘이치마쓰모요’(市松模様)라고 알려져 있던 문양과 일본의 전통색인 남색(藍色)을 사용해 재탄생한 체크무늬로 소개되어 있다. 여기에는 ‘일본을 대표하는 우아함과

등장한 민족의 정체성 문제나 그것이 건축계를 중심으로 전개된 전통논쟁에 대해서 이해하고 디자인의 문제 해결에 참조하였으리라 생각된다. 전통 논쟁에 대해서는 아다치 겐, 「1950년대 전위예술에서의 전통논쟁」, 『미술사논단』 제20호, 한국미술연구소, 2005, 477~50쪽; 조현정, 「일본전통논쟁과 타자, 조본적인 것」, 『일본비평』 제13호, 서울대학교 일본연구소, 2015, 98~121쪽 참고.

49 龜倉雄策, 「西洋と日本との接点」, 『龜倉雄策の直言飛行』, 88쪽.

50 심벌마크를 활용한 1호 포스터는 1964년에 디자인 분야에서 국제적인 권위를 인정받는 ADC 어워드(Art Directors Club Awards)의 금상을 수상했으며, 1966년 폴란드에서 개최된 제1회 국제 포스터 비엔날레에서 특별상을 받는 등 세계적으로 일본 디자인의 위상을 높였다.



〈그림 12〉 도쿄로 아사오, 〈2020년 도쿄 올림픽·패럴림픽 엠블럼〉, ©公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会

세련됨을 새롭게 표현하고 있다’는 일본적 특수성에 대한 설명과 ‘역사적으로, 세계적으로 인기 있는 무늬가 체크무늬’라는 세계적 보편성이란 측면의 의미가 같이 첨언되고 있다.⁵¹ 여기서 사용한 소재와 그것을 시각화한 전략에 대한 설명이 1964년 올림픽의 그것과 크게 다르지 않음을 본다.

그러나 디자인 전략의 구조가 유사하더라도 1964년과 2020년의 올림픽 디자인이 각 시대의 일본을 표상하고 있는 것이라고 본다면, 2020년의 올림픽 및 패럴림픽의 엠블럼은 1964년의 그것과는 다른 일본의 지형도에서 생성된 것이기에 그것을 반영한 이미지여야 마땅할 것이다. 주지하듯이 1964년의 올림픽은 고도경제성장 속에서 전후 일본의 재건과 부흥을 국내 외에 알린 국가적 사건이었다. 이에 비해 2020년 도쿄 올림픽은 2011년 동일본대진재와 후쿠시마 원전사고를 계기로, 전후 체제를 종식하고 재후(災後) 체제를 만들어 가야 한다는 담론이 형성되는 등 급격히 변화한 일본 사회 속에서 준비되었다. 전자는 올림픽을 통해 국민이 하나 되게 하는 시대적 구심력이 크게 작용한 때였으나 후자는 정부로 대변되는 국가에 대한 불

51 <https://tokyo2020.org/ja/games/emblem/> (최종 검색일: 2020. 5. 12.)

신이 팽배해지며 하나의 일본을 주창하기는 힘든 정국 속에 있다.

이렇게 전혀 다른 일본의 지형을 도쿄로는 어떻게 디자인에 표현하였는가? 이에 대해 한 인터뷰 내용이 참고가 된다. 그는 올림픽 엠블럼 디자인에서 모양과 크기가 다른 세 종류의 직사각형 조각들을 연결, 조합하면서 ‘개’(個)와 ‘군’(群), ‘율’(律)이라는 주제를 담아내려 했다고 말한다. ‘개’(個)는 하나의 개체나 한 사람을, ‘군’(群)은 무리를, ‘율’(律)은 규칙을 의미하는데, 서로 다른 세 가지의 직사각형 조각을 가지고 컴퓨터 프로그램을 사용해서 무수히 많은 조합을 만들어 보는 과정에 그러한 개념을 반영시켰다.

프로그램만 있으면 누구라도 엠블럼의 모양을 변형시킬 수 있는 이러한 제작 방식을 디자인하는 ‘엠블럼 디자인의 발전 가능성을 나타내는 방법’으로 택했다고 설명했는데,⁵² 앞서 사노의 디자인과 같은 표절 시비나 과거와 달라진 디자인 환경 등을 염두에 둔 전략으로 읽힌다. 내용적으로는 모양과 크기가 다른 세 종류의 직사각형 조각들이 이어져 가는 형상을 통해 전 세계인이 평등함을, 다름을 서로 존중하고 도우면 하나가 될 수 있음을 상징적으로 표현하였다. 다양성과 화합을 중요한 메시지로 담아낸 것이다. 특히 일본 국내적으로는 동일본대진재 이후 강조되어 온 ‘기즈나’(絆)라는 개념, 즉 유대와 결속에 대한 강조를 시각화한 디자인으로 읽어 낼 수 있다.

일본의 현대 디자인은 앞으로도 국제무대에서 독자적인 디자인으로 인정받기 위해 일본적 정체성, 즉 ‘일본성’을 적극적으로 강조하거나 부정하는 방식을 전략적으로 택할 것이다. 그것을 단지 민족주의로 재단하는 것은 경계할 필요가 있다. 결국 ‘일본성’이란 본래부터 존재하거나 고정된 개념이 아니라 특정한 국내적 조건과 국제 상황 속에서 구축되는 역사적인 개념이기 때문이다.

52 「ナショナルイベントが問う、デザインとは何か: 野老朝雄×吉見俊哉」, 『AXIS』 vol. 203, アクシス, 2020, 30~34쪽.