

## 1986

## 디자인진흥원사

- GDMark 등록(특허청, 업무포장등록 제26호)
- GD상품 전시장 개관
- 전두환 대통령 내방(산업디자인전)
- 중소기업진흥공단과 업무협조약정 체결
- 해외 산업디자인 조사단 파견 (대만, 일본, 홍콩)

## 한국 디자인사

- 기아 베스타 시판
- 대우 르망 시판
- 『월간 디자인』 100호 발간
- 제1회 《대한민국공예대전》 개최
- 한국과학기술대학 산업디자인학부 개설
- 행사컴 설립

## 한국 사회사

- 화성연쇄살인사건
- 86아시안게임 개최
- 최초 무역수지 흑자 기록

우리나라는 86 아시안게임, 88 서울올림픽을 비롯한 각종 국제 행사를 유치하면서 국제화 시대를 맞이하게 됐다. 이 시기 각종 문화 행사가 기획되고 경기장은 물론 국립현대미술관 과천관, 예술의전당 등 국가적인 문화 기관이 태동했다. 서울 시내의 공공 시설물, 각종 사인 시스템, 유인물, 가로 시설물 등 환경 시설물들이 설치되면서 미술뿐만이 아니라 시각 디자인, 환경 디자인, 패션 디자인 등 모든 디자인 분야가 총동원되었다. 작가는 디자인 작업에서 컴퓨터가 실무에 적용되어 이후 급속히 보급되는 계기를 마련한 일부터 크게는 수출과 산업 중심으로 움직이던 디자인이 문화로까지 확산한 것까지, 86 아시안게임과 88 서울올림픽은 여러 방면에서 한국 디자인사에 획기적인 전환점을 마련했다. 특히 올림픽은 한국의 디자인 역량을 세계에 떨친 자리였다.

1981년 바덴바덴에서 88서울올림픽 유치가 확정되자 정부는 행사 전반에 필요한 수많은 디자인 작업을 수행하기 위해 1982년 6월 서울올림픽대회조직위원회에 디자인전문위원회를 설치했다. 아시안게임과 올림픽의 디자인 기획 및 정책을 집행하기 위해 설치된 기구로서, 올림픽이 열리는 해까지 서울올림픽 마스코트 및 휘장 제정과 표어 14종 확정, 공식 포스터, 안내 픽토그램, 스포츠 픽토그램, 문화 포스터, 스

포츠 포스터 등을 개발하거나 제정 또는 확정했다. 디자인 전문위원장으로서는, 위원회를 이끈 것은 1970년대 초부터 여러 기업의 CI 개발을 성공적으로 수행해온 조영제 서울대 교수였다. 그는 당시 한 인터뷰에서 그 과정을 회고했다.

독일의 아디다스사와 일본의 광고 회사가 88서울올림픽의 디자인을 대행하기 위해 국제올림픽위원회를 통해 서울올림픽 조직위원회를 압박했으나 한국 디자이너들의 힘만으로도 올림픽과 같은 국제적인 행사의 디자인을 성공적으로 해낼 수 있다는 것을 보여주고 싶었다.<sup>36</sup>

실제로 양승춘(엠블럼), 김현(마스코트), 한도룡(환경), 황부용(타입페이스와 픽토그램) 등은 이러한 기대에 부응하는 디자인 역량을 보여주었다. 대표적인 사례가 공모와 지명 공모를 거쳐 최종 당선작으로 뽑힌 ‘호돌이’이다. 삼태극을 소재로 한 휘장과 상모를 돌리는 이 호랑이 마스코트는 한국 디자인사에 길이 남을 작품으로 기록됐다.

KIDP는 이러한 범국가적인 행사에 동참하기 위해 1982년 2월부터 올림픽 상품 디자인 개발위원회를 운영하였다. 같은 해 6월에는 미국, 영국, 멕시코, 오스트리아, 이탈리아, 스웨덴 등의 올림픽 상품들로 구성된 《세계 올림픽 상품 종합전》을 개최했고, 8월에는 국민이 올림픽을 단순한 체육 행사가 아닌 문화 행사임을 인식할 수 있도록 《올림픽 기념품 소장전》을 15일간 열었다. 1984년에는 88 서울올림픽 조직위원회에서 주관한 해외 기념품 조사단에 참여해 유럽을 돌며 기념품에 대한 디자인 시장 조사를 실시했다.

한편, 디자인계에서는 초대형 국제 이벤트를 준비하며 기존의 관념적 한국미가 아닌 구체적으로 세계에 내보일 수 있는 한국의 이미지를 찾으려고 노력했다. 정부도 ‘세계 속의 한국’이라는 슬로건을 내세우며 외국에 소개하기 적합한 ‘한국성’을 고심했고, 오방색이 주요 디자인 요소로 주목받게 됐다. 이 전통적인 색 배열에서 파생된 단청과 색동저고리는 전략적으로 한국성, 한국적 디자인을 대표하는 소재로 사용됐다. 한국 전통의 소재를 국제주의 양식으로 해석한 디자인 결과물들은 올림픽 엠블럼부터 마스코트, 경기장 등 모든 곳에 장식됐다.