

캘리그래피를 활용한 태권도 상징 BI디자인

BI Design utilizing Calligraphy for a Taekwondo Symbol

임현빈
 목원대학교 시각디자인학과

Im Hyun Bin
 Mokwon University Visual communication design

key words : taekwondo, calligraphy, brand identity design

요 약

본 디자인은 문화체육관광부와 태권도진흥재단, 국기원, 대한태권도협회, 세계태권도연맹 등 태권도 관련기관에서 공동으로 사용할 태권도 브랜드의 상징 BI 디자인이다.

그간 부재했던 태권도 상징 BI(brand identity)디자인은 태권도의 정체성 확립과 태권도를 수련하는 세계 여러 국가들과 스포츠마케팅 차원에서 활발하게 교류하는데 있어 효과적인 수단이 될 것이다. 태권도 상징 BI디자인의 목표는 한국인 고유의 정서에 태권도 정신을 담아 조형적 특징과 차별적 표식으로 승화시켜 태권도의 가치를 높이는 데 있다. 본 작품의 연구를 위해 2010. 8월부터 2011. 3월까지 8개월간 태권도 관련 4개 기관 임원 및 전문가들의 인터뷰와 공청회를 실시하였다. 또한 국내외 태권도 기관의 BI디자인을 분석하고, 1200명 대상으로 형태, 기능, 색상, 이미지를 연구 분석하는 브랜드 인식조사를 실시하여 표현 컨셉을 모색하였다.

태권도는 몸과 마음을 합일시키는 지, 덕, 체의 정신이 깃들여 있기 때문에, 우리고유의 정신과 멋으로 대변되는 서예의 캘리그래피 기법으로 필압, 운율, 필체의 역동적인 조형성을 살려 각각의 개성과 가치가 드러나도록 디자인하였다. 본 작품논문을 통해 상징 BI디자인의 실무적, 학술적 연구가 활발히 이루어지기를 기대한다.

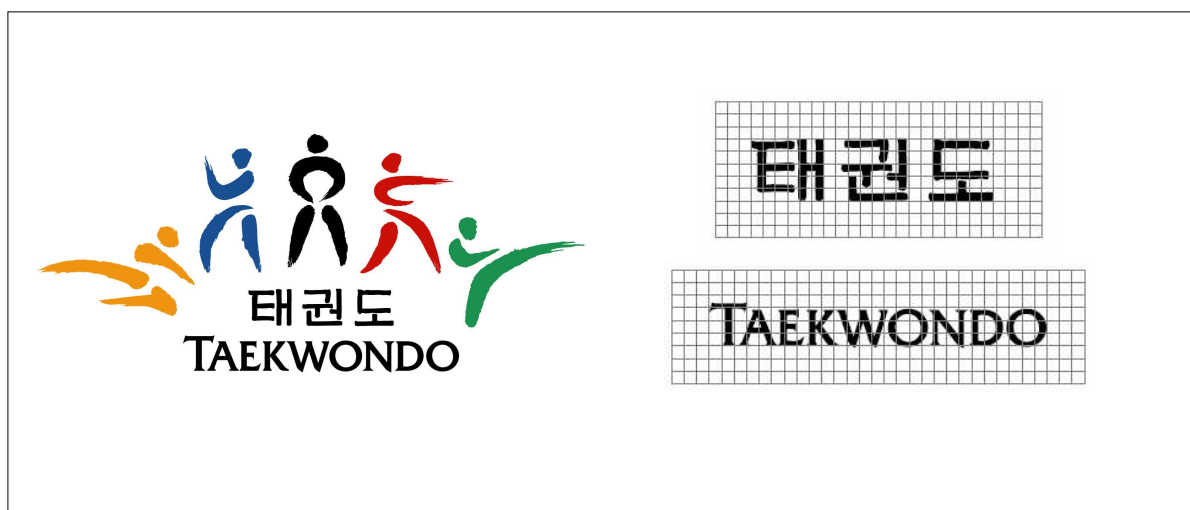
Summary

This design is intended as BI design, a symbol of Taekwondo, used by the Ministry of Culture, Sports, and Tourism, and Taekwondo related organizations such as

Taekwondo Promotion Foundation, Korea Taekwondo Association, the World Taekwondo Federation, etc.

The BI design absent in the meantime will be an efficient means to establish the identity of Taekwondo, and to promote active exchanges with many other countries in the world that are practicing Taekwondo in term of sports marketing. BI design as a symbol of Taekwondo aims to raise the value of Taekwondo by placing Taekwondo spirit on Korean's emotions and sublimating it for formative features and as a differential marker. As a method of this work, interviews and hearings were conducted for eight months from August 2010 to March 2011 with the participation of Taekwondo officials and experts from Taekwondo-related four agencies. In addition, BI designs and related martial art sports from domestic and international Taekwondo organizations were analyzed and a survey on brand awareness was conducted by asking 1,200 people to study and review forms, functions, colors, and images.

In Taekwondo a unity of mind and body to support wisdom, virtue, and spirit is nested, so the BI design was developed by expressing calligraphy pressure, cadence, and dynamic formativeness of penmanship in a lively manner through the calligraphy technique represented as Korea's unique spirit and style. This work paper is expected to make a contribution to actively induce practical, academic research of BI design in the future.



[그림1] 상징 BI디자인의 심벌마크 및 로고타입

1. 디자인 배경 및 목적

태권도는 자신을 방어하고 공격하는 전신운동으로 무도일 뿐만 아니라 수련을 통한 심신 단련과 예절바른 태도로 덕을 쌓는 행동 철학이다.

특히 태권도는 한국고유의 무도로서 우리의 전통 문화 중 가장 세계화된 한국을 대표하는 상징문화인 것이다. 스포츠로서 국제적으로 공인된 태권도는 1988년과 1999년 올림픽에서 시범종목으로 채택되어, 우리나라는 종주국으로써의 위상을 전 세계에 각인 시켰다. 또한 영어, 프랑스어, 일본어에 이어 올림픽 공식어로 한국어를 사용하게 되어 그 위상이 더욱 널리 떨치게 되었다.

한국의 문화를 세계에 알리는 방법은 한류스타의 활발한 활동과 김치, 불고기 등의 먹거리, 불국사나 설악산 등과 같은 관광코스도 있지만 전 세계인들의 인종, 이념, 종교를 넘어 함께 즐기고 따라 할 수 있는 스포츠 문화의 초석인 태권도가 될 수도 있다는 것을 알 수 있다.

그동안 태권도의 국내외 저변확대와 가시적인 외형의 성장은 이뤄왔지만 태권도의 정체성을 확립할 수 있는 방법은 아직 찾지 못했다고 볼 수 있다. 이제 세계는 지식정보의 융합과 정보교류가 빠르게 이루어지면서 디자인, 영상, 홍보 등 스포츠 마케팅에서도 중요성이 대두되고 있는 실정이다. 태권도 종주국으로써의 정체성을 확립하기 위해서는 태권도 경기를 통한 교류, 이벤트 개발을 활용한 보급, 태권도 교육 및 수련 등 다양한 방법들이 있다.

우리나라의 태권도진흥재단, 국기원, 대한태권도협회, 세계태권도연맹 등의 태권도 관련 기관들이 태권도 보급을 위한 서로의 목표를 갖고 노력 하였다. 그러나 태권도의 정신과 정체성을 하나로 담아내는 심벌릭한 시각적 이미지 디자인이 부재해서 그동안 여러 대회나 이벤트 등 해외 커뮤니케이션 하는데 있어서 효율적으로 이루어지지 못한 것이 사실이다. 그래서 태권도 관련 기관이 공동으로 사용할 상징 BI디자인이 절실히 필요하게 되었다.

따라서 본 논문의 목적은 태권도를 상징적이며 독창적인 하나의 대표성을 띤 브랜드로 탄생시켜, 태권도의 정체성을 확립하고 해외 저변확대를 위한 커뮤니케이션의 효율을 높이는 데 있다.

2. 디자인 연구방법 및 현황분석

2.1 디자인 연구방법

본 논문의 BI개발 방향을 모색하기위하여 태권도진흥재단, 국기원, 대한태권도협회, 세계태권도연맹의 임원 인터뷰를 실시하고, 국내외 태권도 유관기관의 브랜드 디자인을 분석, 1200명 샘플을 통해 태권도 BI디자인의 형상, 색상, 이미지 등 브랜드 인식조사를 실시하였다. 또한 디자인 결과물의 후보안을 10명의 CI전문가 리뷰와 4개 기관의 임원들의 공청회를 3회 실시하였다.

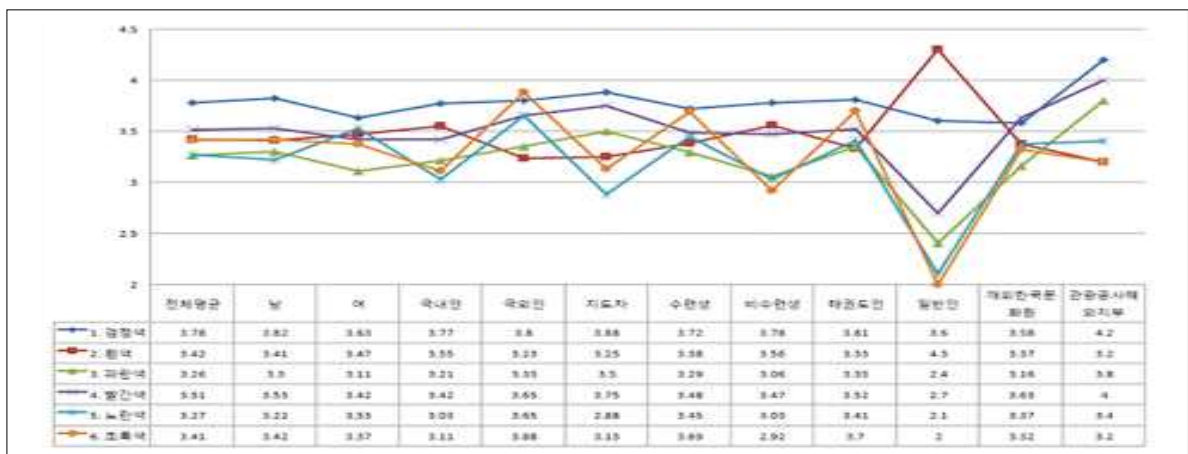
이를 통해본 연구에서는 캘리그래피의 이론적 특성을 고찰하고 효과적인 표현방법을 모색하여 BI디자인 표현의 가이드라인을 제안하고자 한다.

2.2 현황분석

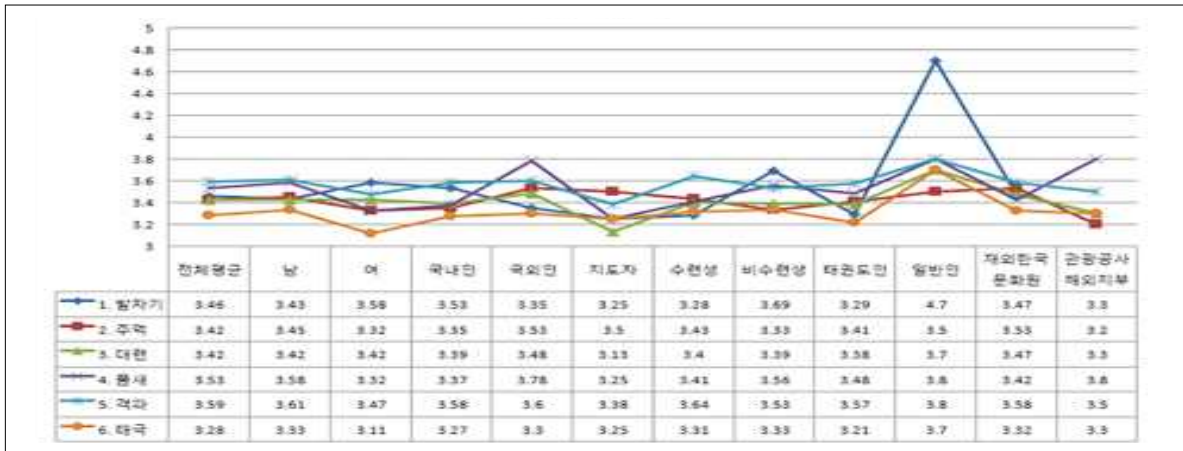
태권도 관련기관 임원들의 인터뷰 결과에 따른 디자인 개발 방향은 형태로는 심벌마크 형을 선호하고 그 속에 태권도의 정신과 철학이 즉각적으로 느껴지기를 원하고 있으며 표준화된 상징성으로 기대하고 있다. 색상은 우리고유 천지인의 삼태극 색에 역동적인 청색의 컬러이미지를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 표현의 방법으로는 무도이미지를 동양적 터치를 살려 공신력 있는 고유한 심벌의 이미지를 기대하였다.

또한, 1200명을 대상으로 남과여, 내국인과외국인, 일반인과수련인으로 구분하여 태권도 이미지 인식조사를 실시하였다. 조사를 실시한 결과, 태권도의 외적 컬러이미지에 있어서 태권도인과 일반인들은 흰색과 검정색을, 외국인들은 녹색이 태권도와 어울리는 색이라 반응했다. 떠오르는 형상에 있어서는 전반적으로 발차기 이미지가 평균 수치 이상의 반응을 보였다. 태권도의 이미지에 있어서는 태권도인 들에게는 무도, 스포츠라는 이미지가 높게 나타나고 일반인들에게는 격투, 국기, 무도라는 이미지로 나타났다.

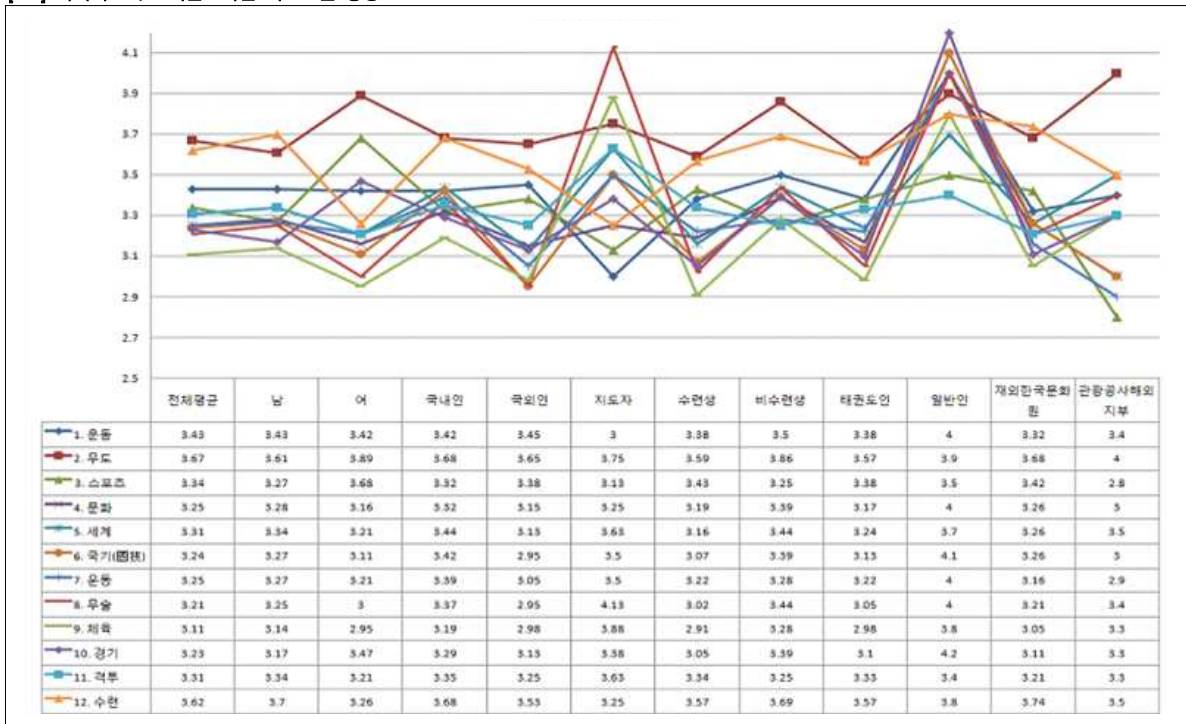
태권도 관련 기관들의 BI디자인의 표현 분석은 다음과 같았다. 국기원은 태극의 이미지로 심벌 화시켜 본부기관으로써 위상을 반영했고, 세계 태권도 연맹은 워드마크 형으로 단순한 심벌로 표현했으며 태권도 진흥재단과 국민체육진흥공단은 심벌+로고타입 형으로 전형적인 심벌디자인의 형태로 표현했고, 문화체육관광부는 캘리그래피 기법으로 표현하였다.



[표1] 이미지조사서- 태권도와 어울리는 색상



[표2] 이미지조사2- 태권도하면 떠오르는 형상



[표3] 이미지조사3- 태권도 이미지

3. 이론적 배경 및 디자인 컨셉

다매체 멀티미디어시대의 디지털 패러다임이 빠르게 발전하면서 휴머니티한 소구방법의 감성마케팅이 떠오르고 있다. 이런 상황 속에서 커뮤니케이션 디자인 분야에서도 우리 고유의 손맛이 가미된 손글씨의 캘리그래피가 TV광고, 인쇄광고, BI 디자인, 영화포스터, 패키지 등에 다양하게 쓰이고 있다. 캘리그래피(Calligraphy)는 ‘아름답게 쓰다’라는 뜻으로 어원적으로는 Kallos(beauty)+graphy 즉, 손으로 그린 아름다운 필적 또는 그림문자라는 뜻이다. 좁게는 서예를 의미하고 넓게는 활자 이외에 서체를 포함하는 말이다. 따라서 캘리그래피는 기존 서체의 규격화된 단조로움과 기계적인 타이포가 아닌 예술적 개성이 돋보이는 손글씨로, 아날로그적이며 서정적인 옛것에 대한 회귀본능의 아름다움이 배어 있어 쓰는 글씨 개념보다 비주얼적인 디자인에 가깝다.

조형 상으로 캘리그래피는 의미전달의 수단이라는 문자의 본 뜻을 떠나 필(筆)의 궤적에 의한 유연하고 동적인 선, 글자 자체의 독특한 번짐, 스쳐가는 듯한 효과, 여백의 균형미 등 순수조형의 관점에서 보는 것을 뜻한다.1) 캘리그래피는 중세 서양에서 전성기에 이르렀으나 주춤했다가 20세기부터 그 역동적 표현력이 다시 주목받기 시작했고, 육필의 멋과 품격으로 중국, 한국, 일본 등 동양권에서 독립된 장르로 발전되었으며 이제는 하나의 예술과 실용적인 디자인 분야로 주목 받고 있다.

동양적인 캘리그래피는 점과 선, 획의 태세, 장단, 필압의 강약, 경중, 운필의 지속과 먹의 농담, 문자 상호간의 비례가 혼연일체가 되어 미묘한 조형미를 이룬다. 캘리그래피 표현은 감성적이고 동적인 인간의 내면적 자연스러움을 개성 있게 담

아닐 수 있다. 태권도는 몸과 마음을 하나로 합일 시키고 머리에는 지식, 마음에는 양심, 몸에는 힘이라는 지(知), 덕(德), 체(體)의 정신이 진정한 자아를 발견한다는 철학이 담겨 있다. 따라서 태권도 상징브랜드 디자인의 표현 컨셉은 캘리그래피의 특징적인 요소를 활용하여 몸과 마음을 다스리는 태권도의 정신과 무도로서 이미지를 조형적으로 독특하게 담아내어 상징적인 심벌로 형상화 시키고자 하였다.

따라서, 태권도 상징브랜드 BI디자인 컨셉의 표현가이드라인을 다음과 같이 정리하였다.

1. 태권도의 역동적인 동작의 이미지가 즉각 느껴지도록 한다.
2. 태권도의 정신과 3대 비전(세계화, 고급화, 공식화)을 담아내야 한다.
3. 디자인모티프와 색상이 한국의 미적 정신으로 보여져야 한다.
4. 한눈에 부각되는 상징적인 이미지로 느껴져야 한다.
5. 일필휘지 터치의 유연성과 울동성이 살아나야 한다.
7. 글로벌 지향의 브랜드 디자인으로 승화 시켜야 한다.

4. 디자인 진행프로세스

본 디자인 제작진행 과정은 심벌마크와 로고디자인을 중심으로 다음과 같은 순서로 제작하였으며 크게 베이직 시스템과 어플리케이션 시스템으로 구분하고 캐릭터 및 사인 시스템까지 제작하였다.

1. 오리엔테이션을 통한 디자인 방향 기초회의
2. 디자인 기획 수립을 위한 조사 및 분석
3. 태권도진흥재단, 국기원, 대한태권도협회, 세계태권도연맹의 인터뷰실시 분석
4. 디자인 전략 도출 및 표현방향 설정
5. 베이직 시스템 디자인 개발 및 보고
6. 어플리케이션 시스템 개발 및 보고
7. 수정보완, 최종보고 및 공청회 실시
8. 태권도 상징브랜드 디자인 가이드라인 북 완성

5. 디자인 전개

태권도를 상징하는 새로운 브랜드 아이덴티티는 태권도 고유의 철학과 비전, 이념을 담아 효과적으로 전달하기 위해 단 하나밖에 없는 차별화 된 심벌마크 제작과 기존서체가 아닌 독특한 로고디자인으로 시각적 개성을 부각시켜 모든 디자인 요소들의 통합된 시스템을 구축하였다.

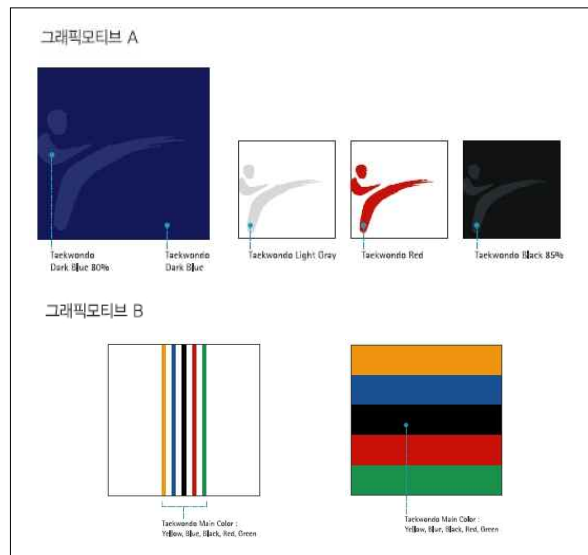
1. 심벌마크: 심벌마크의 이미지는 세계 속에 피어나는 태권도의 의미를 지니도록 형상화 하였고, 삶에서의 일상 동작들과 유기적으로 연계되는 태권도의 다양한 기본 신체동작을 나타내어 신체, 정신, 생활의 조화를 중시하는 태권도의 정신철학을 함의하였다. 태권도의 의미를 살펴보면, ‘태’는 발, ‘권’은 주먹, ‘도’는 방법, 규율을 뜻하며 신체 부위를 올바르게 사용함으로써 다툼을 멈추고, 더 나은 세계, 더 평화로운 세계를 건설 하는 방법을 뜻하는 것으로 그 의미를 확장 할 수 있다. 이는 마치 무궁화 꽃이 피어나는 것처럼 형상화 시켰고 이를 통해 세계 속에 피어나는 태권도, 세계속에 피어나는 평화를 상징하고자 하였다. 캘리그래피의 힘찬 붓 터치와 갈필의 효

과를 살려 역동적이면서 다양한 품세의 아름다움을 나타냈다.

2. 로고타입: 로고타입은 심벌마크와 더불어 태권도 상징브랜드의 이미지를 전달하는 중요한 기본요소로 심벌마크가 주는 이미지와 조화될 수 있도록 디자인 하였으며 각각의 글자꼴 형태에 따라 비례 조정된 것이므로 글자의 꼴, 굵기, 비례 등을 임의로 변경할 수 없도록 하였다. 한글로고 타입은 기존서체의 정형화 된 틀에서 벗어나 태권도의 절도 있는 무도스포츠의 의미를 담고자 했다. 또한 국 영문이 조합된 기본형 심벌마크의 사용을 최우선으로 하고 프로모션 아이টে에 한하여 심벌마크 활용형을 부분적으로 사용할 수 있도록 하였다.

3. 컬러: 컬러의 의미는 황, 청, 흑, 적, 녹색으로 올림픽의 오륜기 색상과 그 의미를 함께하여 전 세계인의, 전 세계인을 위한, 전 세계인이 함께하는 태권도를 뜻한다. 또한 적, 청, 황은 삼태극 색상을 나타내어 ‘친지인’이라는 삼재론과 ‘친지인 조화사상’이라는 넓은 틀로 해석하고 흑색은 겸허와 완성, 녹색은 ‘자연과 평화를 나타내며 더불어 낮은 위치(황, 녹)부터 청색과 적색, 그리고 가장 높은 위치인 검정 띠 까지 태권도의 띠 색상과 등급을 연결 지어 나타내었다.

4. 그래픽 모티브: 심벌마크 이미지를 고려하여 조화롭게 디자인 하였고 서식류 및 홍보물류 등에 보조 그래픽 요소로 사용하여 효과적인 이미지 통합 및 시선유도의 역할을 하고 엠블램은 심벌마크와 결합하여 태권도 상징브랜드 고유의 가치를 전달하고 커뮤니케이션 효과를 극대화시켰다.



[그림 2] 그래픽모티브A, B

5. 최종 후보시안: a안은 태권도의 다양한 동작을 붓터치로 표현하여 태권도 고유의 정신과 멋을 담았고, 오방색과 오륜기의 컬러 적용으로 태권도가 세계로 피어나는 형태로 의미를 부여하였다. b안은 태권도의 표준화 되는 상징성과 세계로 뻗어 나가는 미래지향성과 발차기를 통한 태권도의 역동성을 표현하였다. 일러스트와 로고가 박스 안에 배치되어 적용성이 뛰어나며 활기찬 이미지의 블루, 친화적이고 따뜻한 이미지의 오렌지컬러로 표현 하였다. c안은 태권도의 발차기를 메인심벌의 요소로 적용시켜 즉각적인 인지가 가능하도록 하였으며, 태권도의 역동적인 동선을 붓터치의 캘리그래피로 형상화시켜

무도로서의 이미지를 주고자 하였다. 또한 적, 청, 황은 삼태극 색상을 나타내어 '천지인'이라는 삼재론과 '천지인 조화사상'이라는 넓은 틀로 해석하였다.



[그림 3] 최종 후보시안

6.유관기관 조합규정: 유관기관 조합규정은 태권도 상징브랜드와 태권도 유관기관을 조직적이고 효과적으로 조합시켜 보다 적극적으로 이미지 통일을 기했다. 통합홍보용에 있어서는 국기원, 대한태권도협회, 세계태권도연맹, 태권도진흥재단의 로고 위에 상징BI디자인을 조합하였고, 기관별 홍보용은 시그니춰 상하조합, 시그니춰 좌우조합으로 구분하였다.



[그림 4] 유관기관 조합규정(통합 홍보용)



[그림 5] 유관기관 조합규정(기관별 홍보용)

6. 디자인 결과

우리의 대표적인 문화스포츠인 태권도를 전 세계로 더욱 널리 보급시키고 저변 확대를 확실히 하는데 있어 기여할 수 있는 효과적인 방법 중의 하나는 태권도 브랜드의 비주얼 아이덴티티를 만들고 이를 통합적으로 관리하고 사용하는 것이다. 따라서 본 연구에서는 태권도를 상징하는 새로운 브랜드 아이덴티티가 태권도 고유의 철학과 비전에 있다는 점을 알리고, 태권도가 무도로 느껴지게 디자인하기 위해서 캘리그래피의 아름다운 필적과 동적인 조형감각의 특성을 이용하여 BI 시스템을 개발하였다.

스포츠마케팅 차원에서 태권도 상징 브랜드 BI디자인 제작물은 태권도를 효과적으로 커뮤니케이션 하는데 있어서 매우 중요한 역할을 할 것이며, 이번 BI디자인 속에는 태권도 브랜드

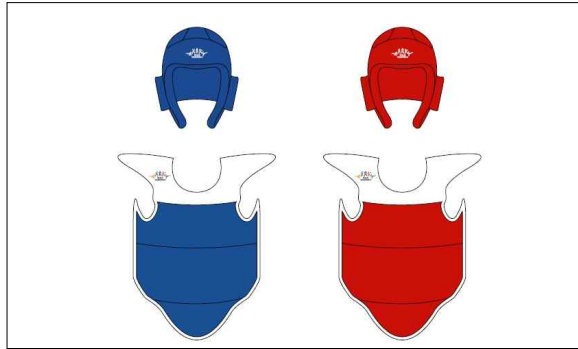
의 상징적 가치가 담겨 있고 영속성과 유연성을 함께 지니고 있어 누구든 쉽게 마음속에 차별화된 브랜드로 강력하게 포지셔닝 될 것이다. 본 연구에서 제안한 BI는 기존의 태권도 기관들의 BI디자인에 비해 태권도의 특성과 형상이 쉽게 표현되어 대표성을 가지며, 보다 한국적인 색상과 조형성이 반영되어 독창적이고, 상징적인 태권도 브랜드로서 커뮤니케이션하는데 대표성을 갖는다. 다만, 아쉬운 점은 디자인 결과물을 도출시키는 과정에서 여러 기관의 많은 평가자들의 의견을 반영하다보니 보다 예술적이며 독창적인 디자인의 결과물에서 다소 변형되어 아쉬운 부분이 남는다는 것이다. 하지만, 새롭게 태어난 상징 BI디자인은 광고제작물은 물론 PR, 이벤트, 웹사이트, 유니폼, 경기장 펜스, 간판, 차량, 명함 등에 새로운 BI 디자인의 지침이 될 것이며, 여러 커뮤니케이션을 통한 태권도의 인지도와 선호도 및 충성도를 높이는 매우 중요한 역할을 할 것이다. 연구자의 입장에서 본 BI가 태권도의 여러 기관과 수련도장에 효과적으로 사용되기를 바란다. 이를 통해 가장 한국적인 태권도가 가장 세계적인 스포츠라는 것을 증명하며 향후에도 적극 활용 될 수 있을 것이다. 또한, 본 작품은 문을 통해 상징 BI디자인의 실무적, 학술적 연구가 활발히 이루어지기를 기대한다.



[그림 6] Application 적용사례1 (점두사인)



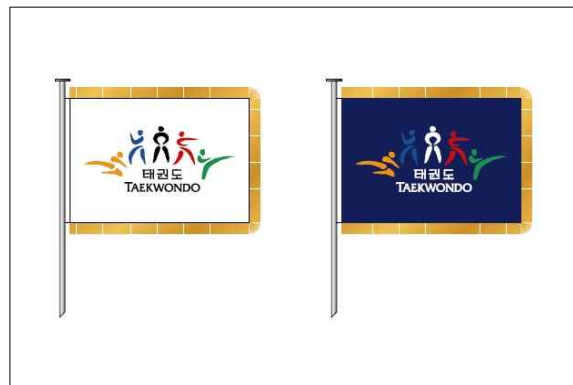
[그림 7] Application 적용사례2 (현수막)



[그림 8] Application 적용사례3 (태권도 호구)



[그림 12] Application 적용사례7 (태권도 호구)



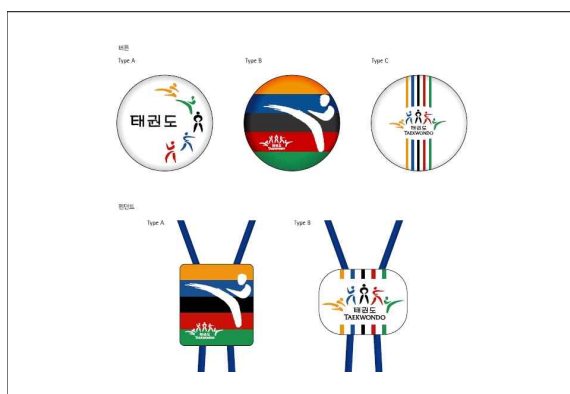
[그림 9] Application 적용사례4 (깃발)

참고문헌

- 김병욱, 동양적 캘리그래피 기법의 특성과 활용에 관한연구. 동해대.2003



[그림 10] Application 적용사례5 (장표류커버 및 표창장)



[그림 11] Application 적용사례6 (버튼 및 펜던트)