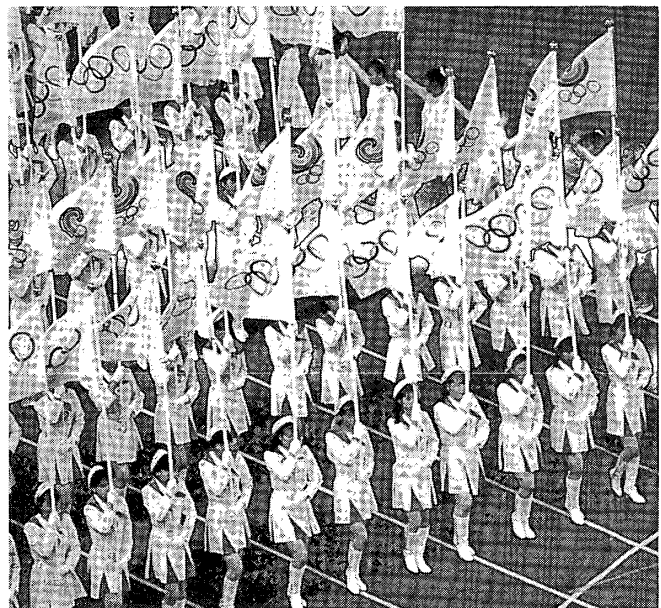
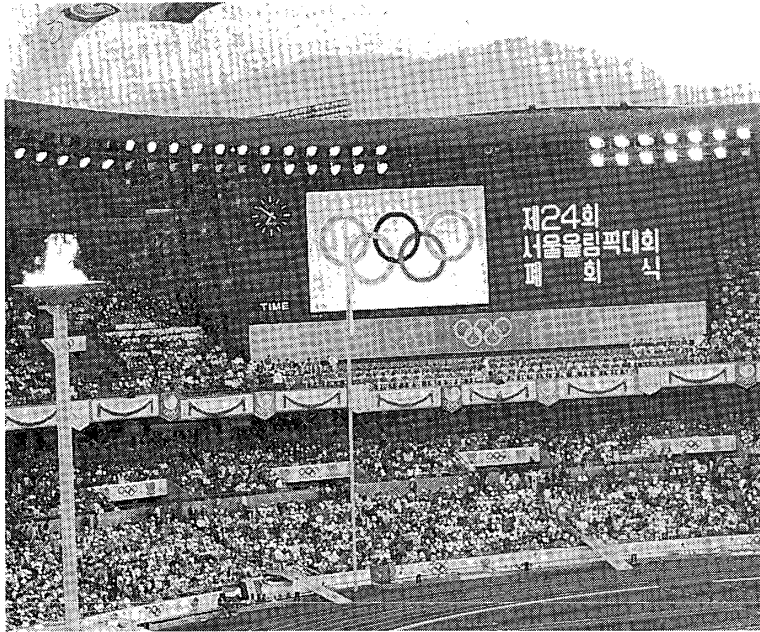


ソウルオリンピックに見る近代オリンピックの広報デザイン

教授 若山 博

助教授 服部 光彦



世界の160余の国々が参加するオリンピック競技大会は、文字通りの世界最大のイベントである。このオリンピックにも、アマチュアリズムとコマーシャルリズムとのバランスの取り方が、近年問題になってきている。当然のことながら、そのウエイトの置き方次第で、運営方法が大きく変って来る。1974年 IOC（国際オリンピック委員会）は、アマチュア選手の経済行為の制限を大幅に緩和し、その路線を変更してから、オリンピック競技大会の広報活動も変化して来ている。特に1984年のロサンゼルス大会は、それ迄の大会を一変させた。本稿は、その後に行なわれたソウル大会における広報の実態を、調査したものである。

A — ベーシックエレメント

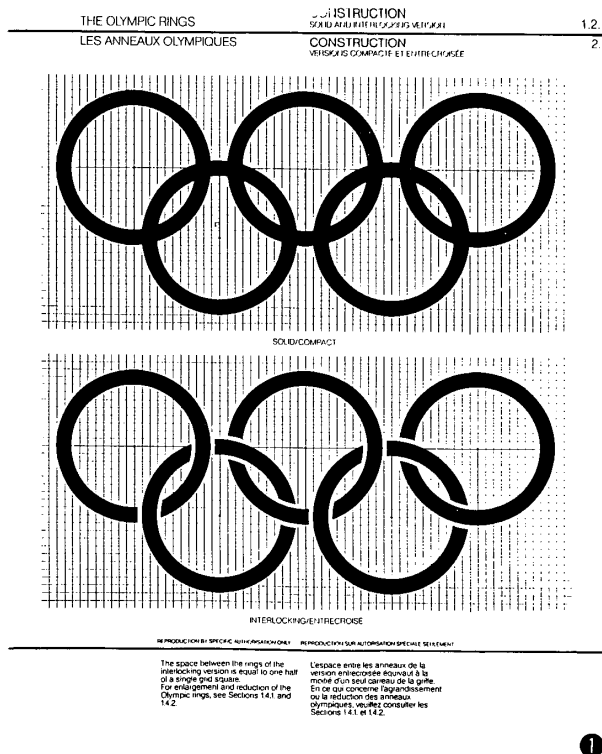
オリンピックマーク

1914年、クーベルタン男爵が考案した五輪マークは、「5大陸の結合を、又世界中からオリンピック競技大会に参加し、フェアプレー

精神で堂々と競い、友として交る様に——」との理念をシンボライズしたものである。左から青・黄・黒・緑・赤の順で並び、五輪旗とする場合は、青色の輪が旗竿に最も近い位置になる様、定められている。正確に再現する場合は、IOC が制定した①グラフィックマニュアルが存在するが、厳密に見ると、各大会の五輪表示は必ずしも、マニュアルに準じていないこともある。その顕著な例は、各 NOC（各国オリンピック委員会）の②エンブレムに見られる差異である。このマニュアルには、五輪が交差する部分に切れ目を入れたマークと、入れないマークの2種類が制定されている。しかし、その使用方法が不明確である事から考えると、審美性から見て、切れ目の入ったマーク1種に限定すべきだと考える。

大会シンボルマーク

「The Emblem of the Olympic Games」と称される大会の表章は、オリンピック組織



委員会が、IOC の承認を得て作成するものである。各々、開催国の文化、美意識、造形感覚がシンボライズされたものとも言える。ロサンゼルス大会の③シンボルマークは、デザインコンペで決定した、デザイナー、ラニアン氏の「動く星」である。オリンピック史上最も前衛的なデザインであろう。アメリカを星で、スポーツをストライプで見事に表現し、インパクトのある印象深いマークである。加えて、アプリケーションエレメントにおいても、例えば、マークをトリミングして使用できる等、非常に巾広い使い方ができる設計になっている。

ソウル大会の④シンボルマークは、韓国の建築や工芸品等によく用いられる、伝統的装飾文様「三太極」をベースに、五輪マークが組み込まれている。3色の渦巻きは、天・地・人の調和を表すといわれているが、マークとしての内側への動きは「ソウルに集う人々の友好」を、外側への動きは「人類の恒久平和

と福祉への前進」を表しているという。

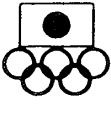















ロゴタイプ

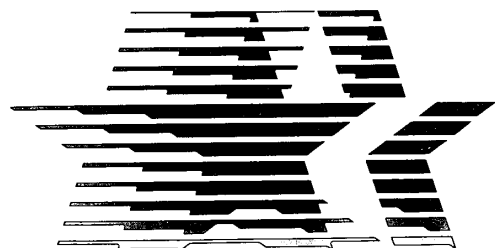
ロサンゼルス大会のタイプフェイスはヘルベチカボールドのイタリックが使用され、各単語の頭文字には大文字を使い、それがリズムになりアクセントになっている。タイプフェイスはオーソドックスだが、ヘビータイトに近いタイプのレタースペースが特長である。

ソウル大会のそれは特定のものがなく、ゴシック、ヘルベチカ、ボドニー等が使用され、その意味での視覚的統合を欠いている。それ等は全て大文字のみで構成され、レタースペースにも一貫性がなく、アイデンティティの表出という面からも疑問が残る。

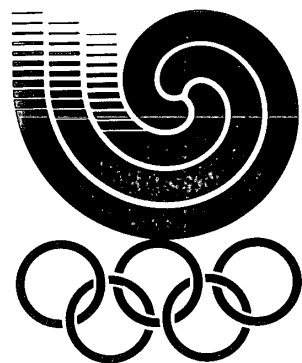
カラープランニング

ロサンゼルス大会はシンボルマークを中心として、青と赤の2色を基本にしたカラーコーディネーションが、シンボルカラーとしての

			
日 本	ソビエト	トルコ	チェコスロバキア
			
フランス	コートジボアール	ボンワナ	オーストリア
			
セネガル	ウガンダ	ナイジェリア	イ ラ ク
			
ニュージーランド	イ ン ド	バーレーン	オランダ領 アンチル



③



④

②

キャラクター

[illegible]

ピクトグラム

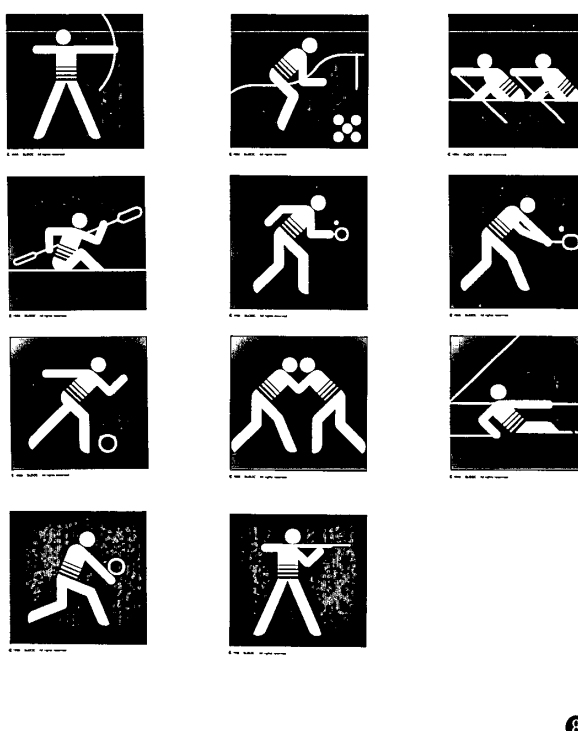
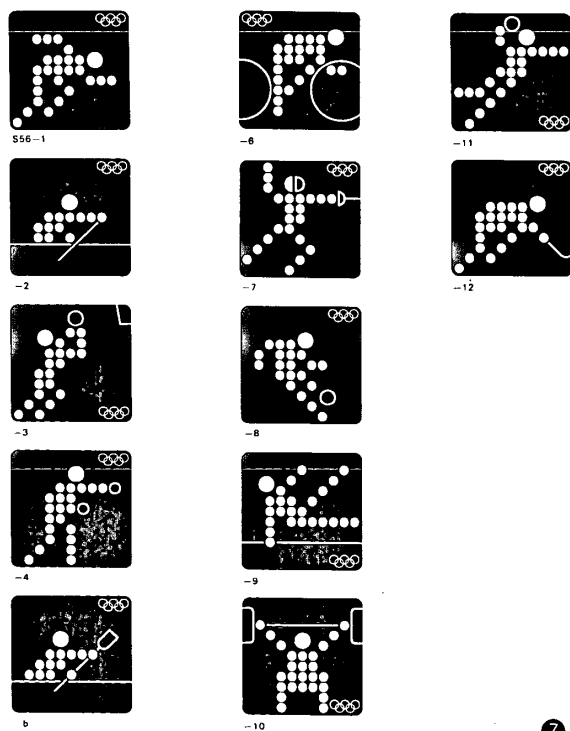
競技種目別のピクトグラムは、案内パンフレット等の印刷物の他に、屋内外のサイン表示としても適用される。サイン適用の場合は、1つのピクトグラムが50cm位の大きさに表現されることもあり、印刷物適用の場合は、1cmになることもある。この様な縮少・拡大への再現時における適応能力を保持しているか否かが、デザインの良し悪しの物差しになる。一般的にピクトグラムの表現方法として、ネガ表現とポジ表現とがあり、そのどちらかを設置するか、又は両方を準備する場合がある。ネガ表現はポジ表現に比べて、やや視認性が劣る。が、同一平面上に複数のピクトグラムを並記する場合には、レイアウトし易い利点もある。IOC 制定の⑦ピクトグラムはネガ表現をとっているが、縮少時の再現性に難点があり、又、造形性そのものにも、ピクトグラム本来の条件である視認性、識別性の角度からの疑問が残る。ソウル大会も同様の⑧ネガ

表現ではあるが、ややバック地の面積が広すぎると見る。⑨案内誘導ピクトグラムには70のバリエーションが開発され、デザインはいづれもシンプルで、わかり易い。

B-アプリケーションエレメント

ポスター

ソウル大会の⑩オフィシャルポスターは、躍進する技術先進国としての韓国の広報である。趙英済氏のディレクションによるポスターは、情報社会やハイテクイメージを表現する3Dコンピュータグラフィックスを用いている。五輪マークを基本データに、三次元空間上を数十回に渡って移動させ、スピード、露光、カラーがプログラムによってコントロールされた。そして数年前に韓国印刷界にも導入された、レスポンス300の機能を生かし、聖火ランナーを合成している。東京大会のオフィシャルポスターは、亀倉雄策氏が写真を斬新に用い、ミュンヘン大会では、エレクトリッ



クイメージのポスターが制作され、その国・その時代のグラフィックデザインを象徴するものとなっている。

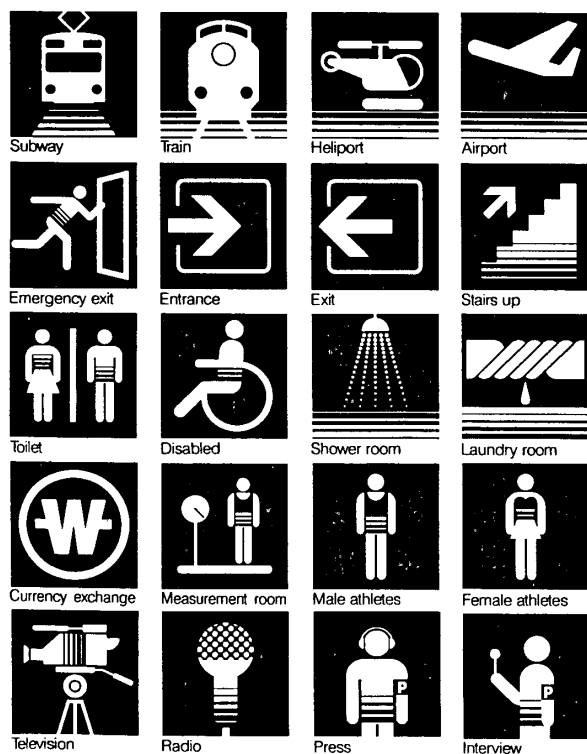
小型グラフィック

(案内パンフレット・入場券 etc.)

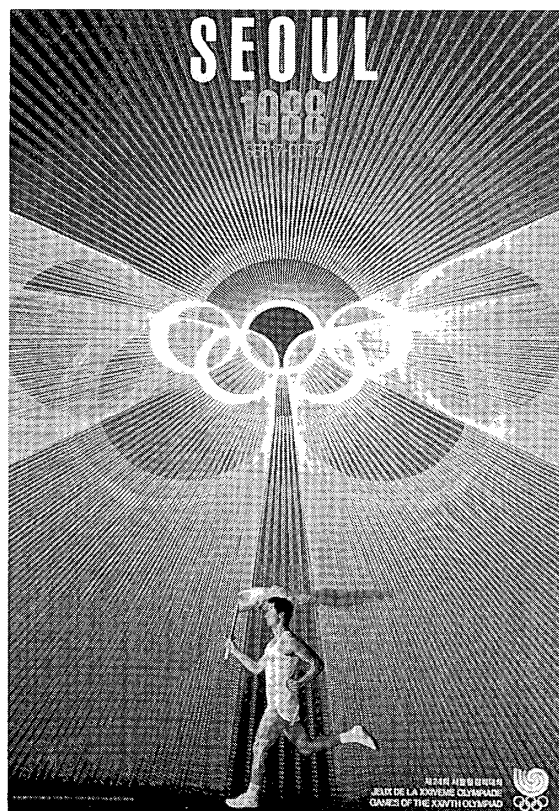
通常のエディトリアルデザインの場合、表現言語としては、開催国の母国語とオリンピック公式言語の、英語・仏語の以上3ヶ国語で並記される。ソウル大会では、どの⑪⑫エディトリアルデザインもハングル文字が大きく、英語・仏語の文字が小さくレイアウトされていた。が、そのいずれもがデリケートなスペーシング感覚に欠け、イラストレーションや写真との構成上、うまいレイアウトには至っていない。又、印刷技術はともかく、印刷支持体としての紙が、日本で通常使用する様な上質な紙が少なく、下級紙を多用していることが、エディトリアルデザインとして審美性に欠ける要因になっている。

競技会場周辺の環境デザイン要因

競技会場周辺には、各々競技種目のピクトグラムを示す⑬大型サイン、大会旗、⑭装飾されたポール、⑮会場入口誘導サイン、⑯会場指定座席掲示板、五輪をモチーフにした⑰オブジェ、空には大会旗が浮び、祭典の雰囲気演出をしてはいる。しかし、今一歩まとも感に欠けている。種目別ピクトグラムサインや案内誘導サインの形状・材質は、各々統一性が保たれていたが、その他の要因については全体としての一貫性に欠け、又、各競技会場毎に、別々の設営で、その意味からも納得しかねる。オリンピック憲章によって、オリンピック区域内ではいかなる宣伝行為も、政治的・宗教的・人種的なものであるとを問わず、全面的に禁じられており、その上空をも対象になっている。従って、商業広告看板等による繁雑さが無いことが救いになっている。機能的に不十分だったのは、競技会場前の指定座席掲示板で、場所によっては小さく



9



10

見難いサインも多かった。会場収容人数に応じた高さ・大きさ・タイポグラフィ・レイアウトが望まれる。又、各会場を貫く統一フォーマットがなく、観客として各会場を巡回する者にとっては不便である。

競技会場内の広報要因

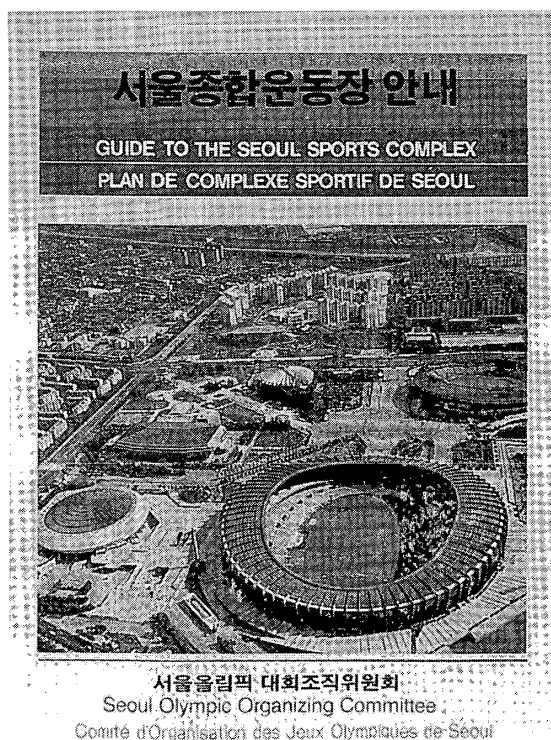
メインスタジアム正面にある⑬電光掲示板や、映像スクリーンは、時代の科学技術レベルのシンボルである。居ながらにして、他の会場の競技風景を同時に見ることができる。又、文字表示も明快で、可読性に勝れ美しい。掲示板そのものの大きさが、もっと大きくできれば、文字の行間をより広く取った方が、可読性が一段と高まるであろう。しかし全ての競技会場の広報要因が、この様なパーフェクトに近い状態ではない。柔道競技会場では、いわゆるサインペンの手描きによる、大きな⑭トーナメント表が掲示された。当然のことながら、デザインの的には全く不適切で可読性

に欠け、審美性からも不十分ではあったが、逆に人間的な暖かさを感じ、何かホッとする一広報ではあった。

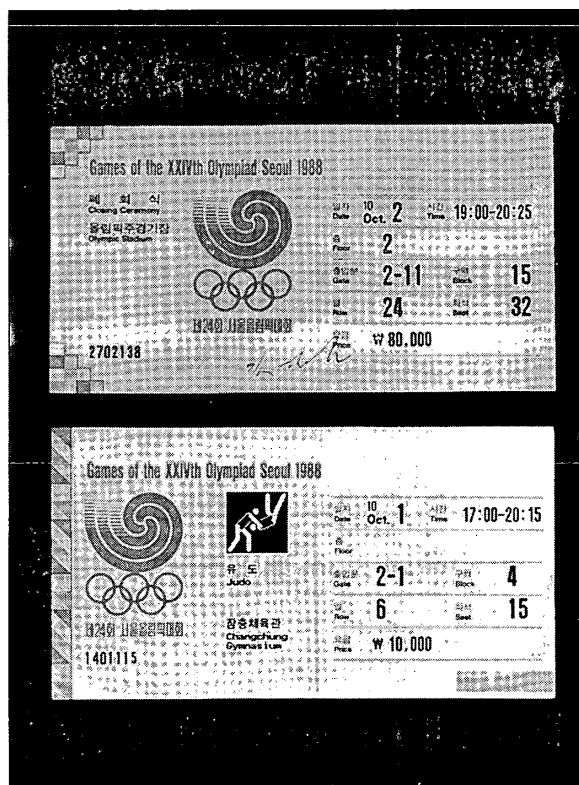
C-イベントエレメント

聖火リレー

オリンピック発祥の地、ギリシャ・オリンピアに於て採火式が行なわれることを、オリンピック憲章第6条は規定している。ヘラの神殿の前で⑮巫女姿の女性が、太陽光線から金属性の凹面鏡で採火し、聖火リレーへと引継がれる。これら一連のセレモニーは、オリンピック発祥地そのものの広報であり、オリンピック史の広報であり、大会開催の広報でもある。ソウル大会の聖火は、メインスタジアム10万人の観衆が待ち望む中、世界に広報し続け、韓国々内にオリンピック開催を広報し続けた聖火が入場した。1936年ベルリン大会のマラソン金メダリスト、孫基禎氏がその



⑬



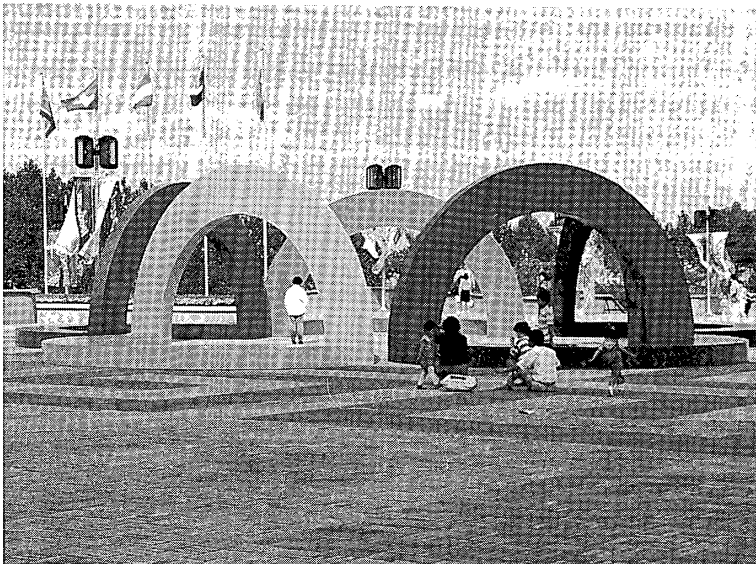
⑭



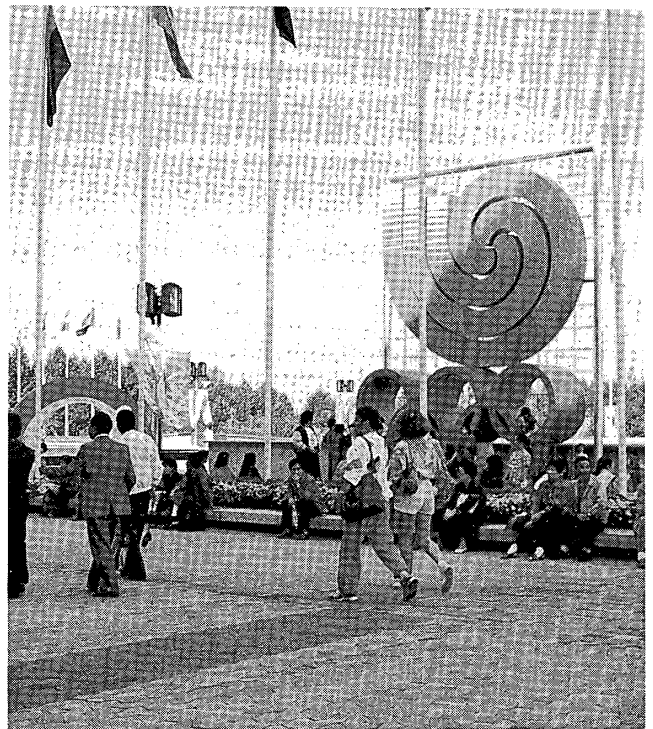
13

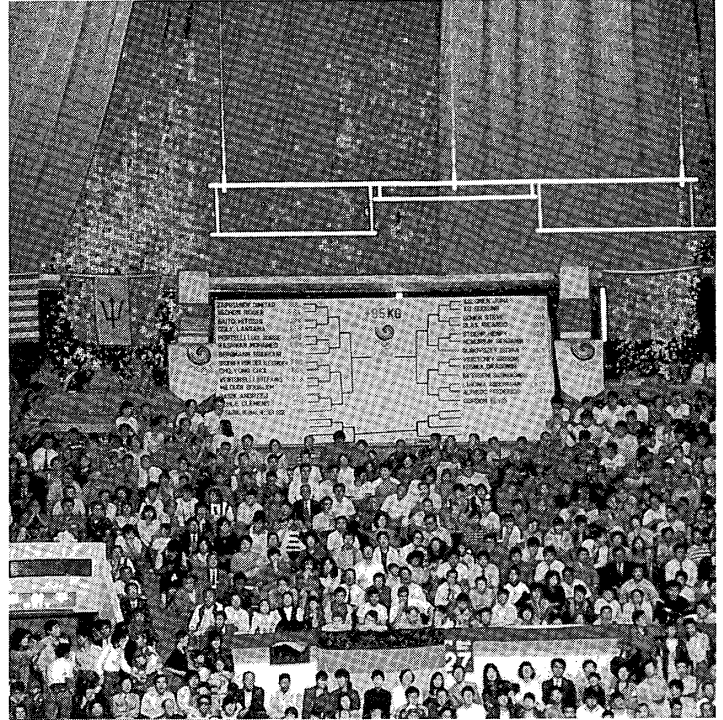
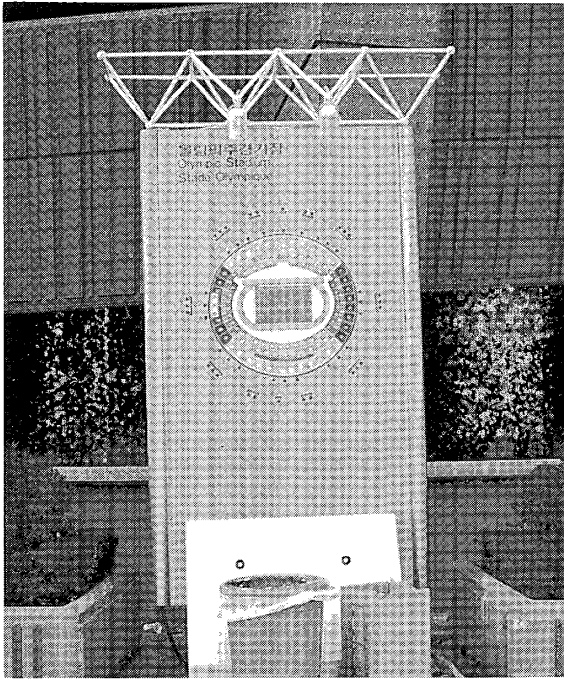


14



17



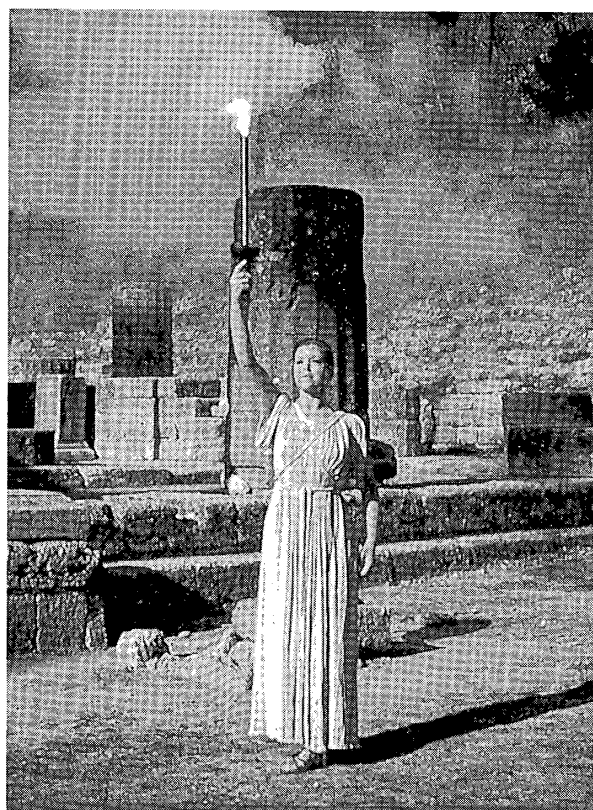


大役を果たした。その光景に50余年の歴史が一瞬に凝縮され、世界の、そして韓国の今日が鮮かに浮び上った。聖火は韓国陸上界のヒロイン、林選手から3人の若人に引継がれ、エレベーターで高さ22mまで上った後、8角形の聖火台に点火された。オリンピック憲章62条には、「聖火は目立つ場所に、メインスタジアムのどこの場所からもしっかり見える場所に、更にスタジアム構造の許す限り、スタジアムの外からでも見える場所に……」と規定し、その広報的機能を重視している。

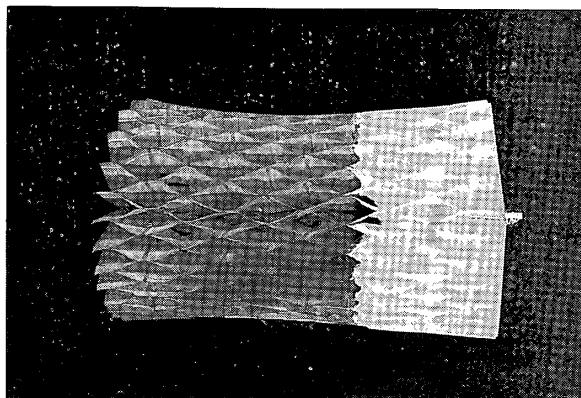
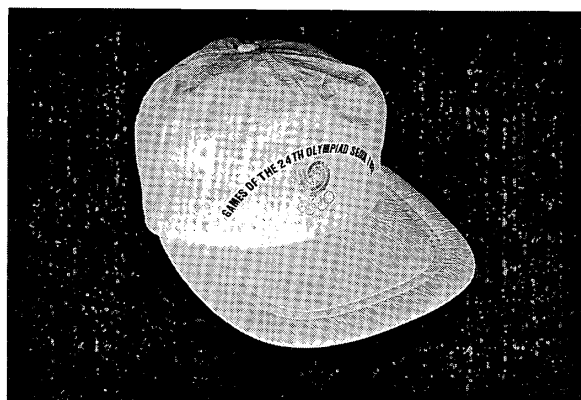
開・閉会式

開会式・閉会式もセレモニーと同時に、大会の重要な広報である。オリンピック憲章第63条付属細則と、第66条付属細則に記されている開閉会式要領は、非常に詳細な部分まで規定している。開催国の君主もしくは国家元首の入場のし方、その彼等を迎える IOC 会長と OCOG 会長の出迎え方、参加者の入場行

進の順(開催国の国語のアルファベット順で、ギリシャが先頭、開催国が最後尾)、IOC 会長が君主や元首に開会宣言を依頼する言葉、その開会宣言、選手・審判員代表の宣誓の言葉まで規定している。それを踏まえた上で、開催国のアイデアを盛込み、演出が工夫される。ベースはオリンピックの権威の広報であり、開催国の文化・歴史・テクノロジー・感性・スポーツ意識が存分に表現される。又、諸施設の充実度・参加国数等のスケール・スポーツを通しての友情・世界平和がアピールされる。これ等広報の発信者はオリンピック関係者だけでなく、スタンドの観客も同時にその立場を担う。例えばソウル大会の閉会式では、スタンド入場者7万人全てに、**21**帽子・小型イヤホンラジオ、**22**ペーパークラフトランプ等が入口で配布される。フィナーレ近くなると場内の照明が消され、アナウンサーの合図でスタンドの1人1人が、配布されたランプをかけることになる。7万個のイルミネー



20



21 22

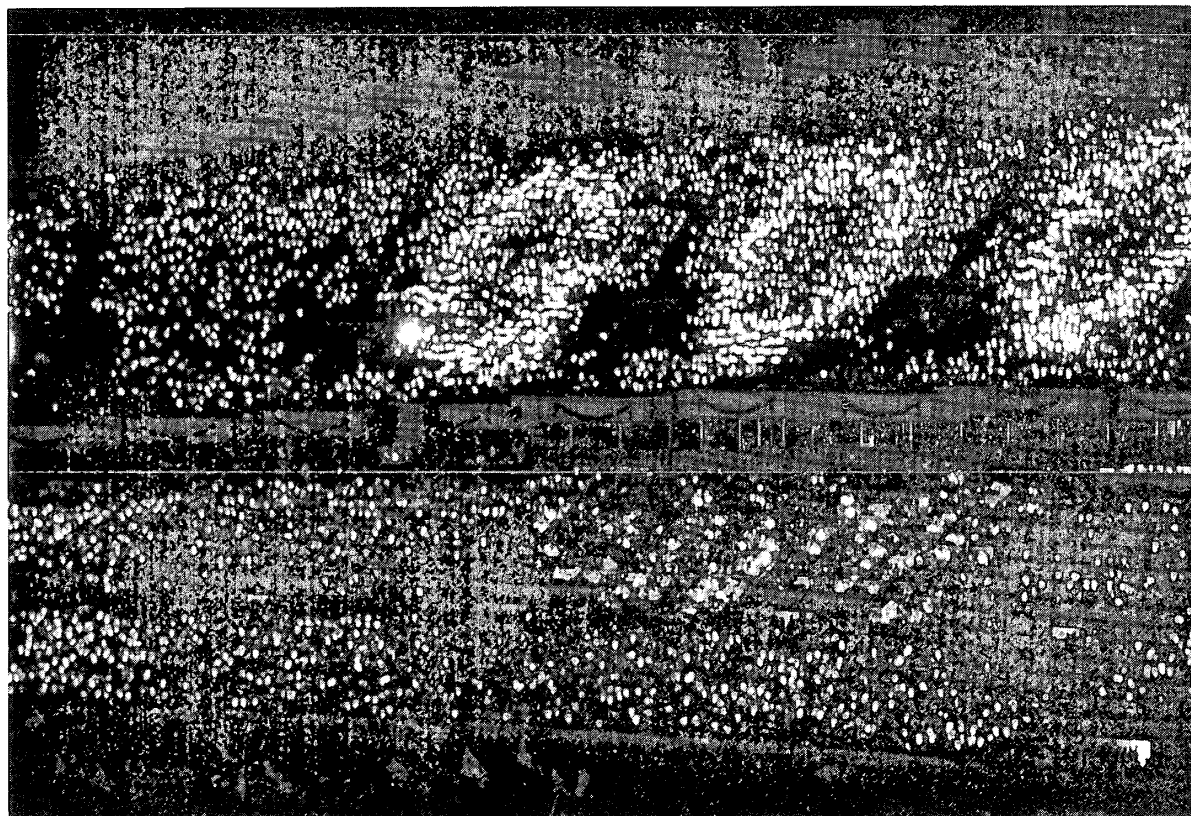
ションは非常に美しく、別世界が展開される。イルミネーションの光量の違いによって、㉓文字が表現されていることがわかる。ランプを持っている個々人には、わからないが、その対面するスタンドの観客席からは読める演出である。場内の消灯によって、人々の人種・国籍・性別さえも全く識別できないが、1人1人が持っている同一のランプの集合によって、その様な人種・国籍とは全く無関係の感動的な1つの世界を作り上げている。正に広報の原型であり、原点である。

芸術オリンピック

オリンピック憲章39条に「開催国の芸術建築・文学・音楽・絵画・彫刻・写真・デザイン等）の展示、実演の計画」が指示されている。それらはスポーツ競技と同等の高水準のものであらねばならない、とされている。1912年のストックホルム大会から、1948年のロンドン大会迄は正式種目とされ、金・銀・銅メ

ダルが授与されていた。1952年ヘルシンキ大会から正式種目でなく、「展示」になり、今日に至ったことはあまり知られていない。ロサンゼルス大会には、現代アメリカを代表するアーティスト16人が、オリンピックやスポーツをテーマにポスターを作成した。その自由な発想と多彩な技法は、明るいイメージと相まって、大いにアメリカをPRした広報であった。これに比してソウル大会の場合は、15ヶ国25人のアーティストが㉔ポスター制作に参加した。が、それらは総じてインターナショナルな客観性に乏しく、若々しさや明朗さにも物足りなさを感じるものである。

ソウル大会の㉕スポーツ記念切手は、全てイラストレーションで表現されているが、テクニック別では3種類になっている。一部に緻密なデザイン、精巧な印刷技術も見うけられるが、概して少し大味な印象を受ける。ともあれ全ての広報メディアの中で、最小のメディアであるこの記念切手類は、最小である



ことのメリットから、国内外の選手・役員・観客の格好の土産品となり、小さいながら大きな広報の責務を果していた。

以上がソウルオリンピックに見る近代オリンピックの広報デザインの概要である。これらはあらゆる意味で「コミュニケーション」が基本の広報ではある。が、その中には開催される毎に、開催国や大会のオリジナリティーやクリエイティビティーを、発揮しなくてはならない広報メディアと、その必要のない、むしろ毎回固定した、普遍的であった方が良

いメディアやエレメントがある。グラフィックメディアで言うならば、ポスターや案内パンフレットは当然前者であるが、ピクトグラムや使用タイプフェイス等は、後者に属するものと考えられる。前述の IOC 設置のマニュアルに、大会用のメディアやエレメントの項目を加え、普遍的要因の充実徹底を計るべきだと考える。そのことが返って、デザイン開発エネルギーの無駄を軽減しながら、コミュニケーション効率を高めることになろう。

— 昭和63年度金沢美術工芸大学共同研究報告 —
(平成2年10月15日受理)

