

## 한국담배인삼공사(코스모 타워) 야간경관조명

이종일 (나남전기(주) 조명과학연구소 소장)

### 1. 서론

과거에는 도시의 조명이란 도로를 밝히는데 더 많은 비중을 두어야 한다고 생각돼 왔다. 그러나 이러한 생각들이 점차 바뀌어가고 있다.

현대 도시에 있어 조명은 도시환경의 매력을 더욱 높이는 중요한 요소로 자리잡고 있으며 도시가 가지고 있는 아름다움은 조명의 요소와 조명으로 연출된 장소로부터 비롯된다.

도시를 구성하는 모든 환경적 요소들은 조명을 통해 각각의 기능적, 역사적, 사회적 존재성과 의미를 부여받게 되며 이런 건축물들은 인간이 창조하려는 환경을 만들기 위한 목적에서 만들어졌다.

조명은 이와 같이 건축물의 아름다움을 나타내 주며 조명 스스로 아름다움을 창출하기도 하며 새로운 경관을 연출하여 도시를 한층 풍부하게 해 주고 밤의 활동시간과 영역을 넓혀주기도 한다.

도시공간에 속한 건축물들의 가치를 나타내는 하나의 방법으로 사용되는 경관조명은 아이덴티티(Identity)를 높일 뿐 아니라 도시로의 접근성을 높이며 도시에 대한 이해를 돕게 한다.

따라서, 경관조명은 기능적인 조명의 관점뿐만 아니라 심미성과 감성적인 측면을 함께 생각하는 조명 디자인적인 관점도 동시에 이루어져야 불쾌적하고, 역사적이고 상업적이고, 산업적인, 환경요소들 모두 그 안에 내재된 기능적, 역사적, 사회적, 심미적 의미를 표현할 수 있으며 그러한 조명을 바라보면서 사람들은 창조성과 쾌적함, 그리고 즐거움을 느끼며 살아갈 수 있는 것이다.

### 2. 본론

#### 2.1. 입지분석

##### 2.1.1. 교통로

본 건물은 테헤란로와 영동대로의 교차지점에서 약200M 지점에 위치하고 동쪽으로는 영동대로와 남쪽에는 남부순환로가 자리잡고 있으며 영동, 한남, 반포대교 등을 통해 강남, 북이 연결되는 주요한 위치에 자리잡고 있다.

##### 2.1.2. 시설물

주변의 주요 시설물로는 한국종합무역센터, 한국 종합 무역 전시장, 공항터미널, ASEM CONVENTION CENTER 등의 공공 건물과 인터컨티넨탈 호텔, 현대 백화점 등의 대형 상업시설이 운집하고 있다.

#### 2.2. 환경분석

##### 2.2.1. 도시 계획적 부분의 주변 환경 고려

건축 주변의 공터 등에 추후 어떠한 건물이 몇 층으로 신축되는지 등을 파악하여 원거리 또는 근거리 측면에서의 시각을 확보하였다.

##### 2.2.2. 교통 흐름의 요지로서 차량흐름의 방향 고려

주변의 대로를 실제 운행 및 도보로 확인하여 어느 부분에서 시각적 방해 요인 있으며, 시각적 부분이 좋은가를 분석하였다.

### 2.2.2. 건물용도 및 건축 형태의 분석

일반 상업건물이 아닌 공공건물로서의 이미지를 고려하여 화려한 연출성 보다는 건축의 형태적 특성을 강조하였다.

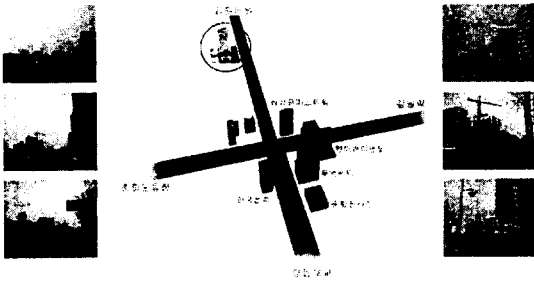


그림 1. 주변 환경 분석

### 2.3. 디자인 Concept

주변 환경과 교통의 흐름을 감안 건물의 상부를 중점적으로 조명하여 건축물의 이미지를 부각시키며 기업의 상승적인 요소를 표현하였으며 특히, 종합 전시장과 더불어 무역센터 등의 주요 건물과 무역의 거리에 위치하고 있어 많은 사람들로 하여금 야간 조명을 통하여 기업의 지명도를 높일 수 있다.

일반적인 건축의 조명방법인 전반적 조명방식을 탈피, 건축의 특성적인 부분을 조명함으로써 주간과 야간에 건축형태가 동일시 보이지 않게 하여 새로운 이미지를 부여하며, 건물의 질감(Texture)을 살려 자연스런 그림자를 만들어냄으로서 건축물의 소재에 생명력을 불어넣었다.

- 건축 형태에 대한 강조 효과를 통하여 미래지향적이고 강한 기업의 이미지를 표현.
- 타 건축물과의 차별화
- 주간과 야간의 이미지 변신을 통한 새로운 조형미 창출
- 지역의 랜드마크 마크로서 문화적 메시지 전달
- 교통 흐름의 이정표 역할

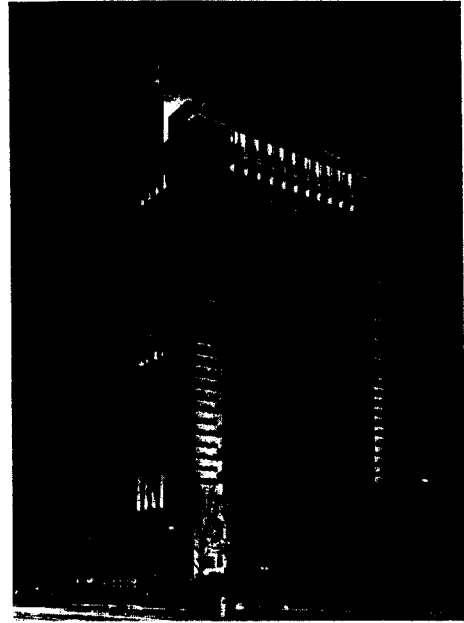


그림 2. 전 경

### 2.4. 조명 방법

a) 건물 하단 - 상부 부분 - 안테나 타워 부분은 건물의 각 모서리 부분을 좁은 각도의 기구로서 바닥으로부터 상향 조명하여 상단 부분의 조명 부분과 안테나 타워 부분까지 빛의 연결 고리 역할을 하며 기업의 수직 상승적 요소를 강하게 표현, 또한 돌출된 재질의 자유스런 디테일을 상향 조명하여 입체감을 부여하였다.

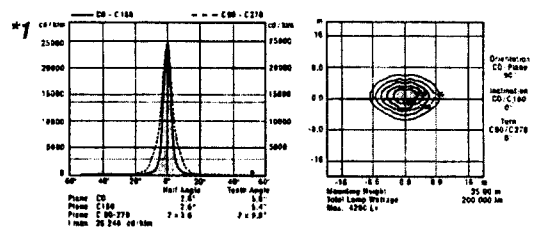
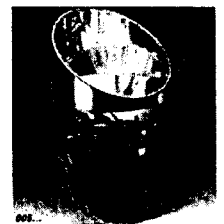
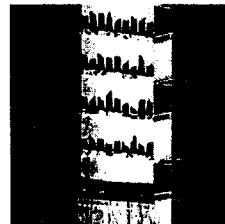


그림 3. HQI-TS 2000W / D / 380V (5M POLE이용)

b) 건물 전후면 4F, 11F, 19F 부분은 건축형태의 연속성 부분으로 디테일 부분을 강조하였다.

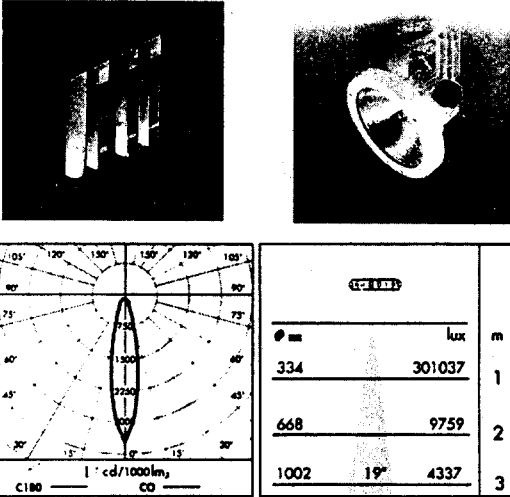


그림 4. HQI-TS 150W / WDL / 220V

c) 건축의 디테일 포인트인 SUS Frame으로서 수직상승의 의미를 강하게 표현하였으며 'ㄱ' 형태의 바로 윗부분으로서 음과 양의 표현 중 양으로서 표현하려 하였다.

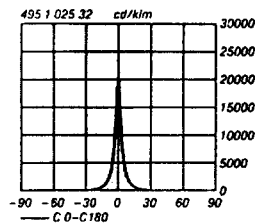


그림 5. HQI-T 250W / D (220V)

d) 'ㄱ' 형태의 기둥으로서 안쪽부분을 좁은 각도의 등 기구로써 조명하여 외부적 형태를 실루엣 처리하여 건축의 디테일을 음으로 표현하였다.

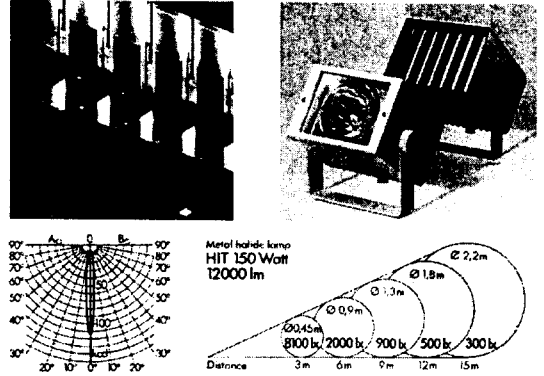
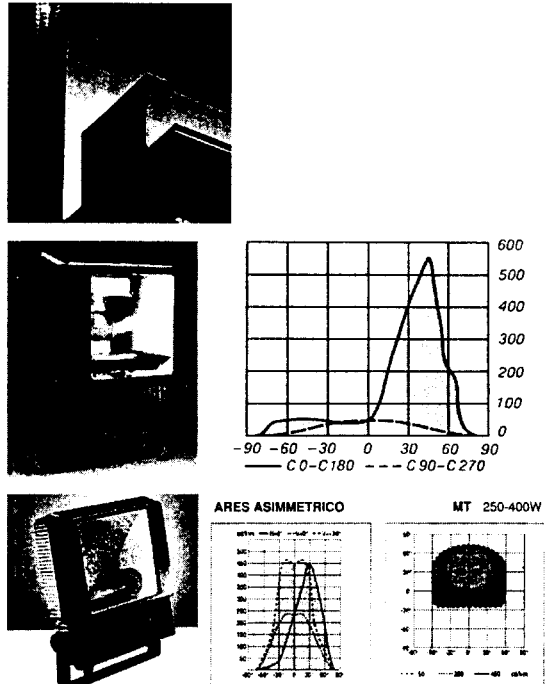


그림 6. HQI-T 150W / NDL (220V)

e) 상단부분(옥탑1, 2층)은 원거리 측면을 고려하여 타 부분보다 강하게 조명하였으며 건축적 측면으로도 특징적인 부분을 조명하여 건축가의 의도를 충분히 반영하였다.

특히, 상단부분은 계단식 형태이며 재질이 같아 야간에 같은 광원으로 조명을 하게되면 평면적으로 표현되어 입체감이 없는 단조로운 표현이 되기 때문에 나트륨의 노란빛과 메탈의 백색광을 혼합 사용하여 시각적 효과를 극대화하였다.



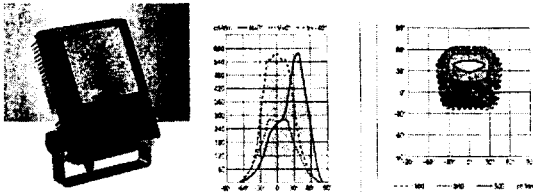


그림 7. HQI-T 250W, 400W / D (220V)  
NAV-T 250W  
NAV-TS 150W

f) 안테나 타워 부분은 정상의 상승 효과로서 상. 중. 하 부분의 3단계에 걸쳐 조명하였다

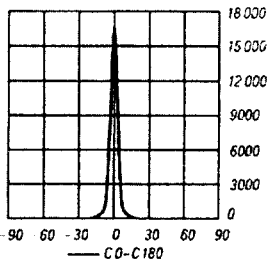
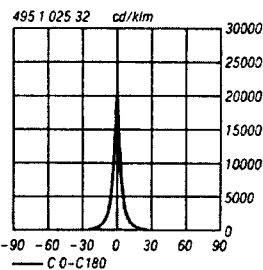
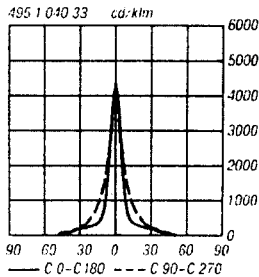
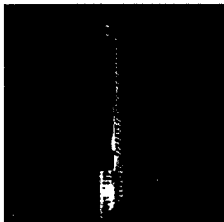


그림 8. HQI-T 400W / D (220V)  
HQI-T 250W / D (220V)  
HQI-T 150W / WDL (220V)

### 3. 경관조명을 마치고

한국담배인삼공사의 설계 의뢰를 받고 현장과 투시도, 점점 완성되어 가는 철 구조물을 바라보며 많은 고심을 하게 되었다.

첫째. 관(官)이라는 고정관념과 무역의 거리라는 주요한 위치, 화려하지 않고 점잖으면서도 기업을 빛으로 표현하여야 한다는 점. 이것이 가장 큰 관점이었다.

하지만 근래 관(官)의 고정관념이 많이 바뀌어 가고 있다는 점을 감안하며, 건축적 구조 역시 딱딱 하기만 했던 기존의 BOX 형태의 건물이 아닌, 형태의 미를 갖춘 건축물, 그리고 지형적으로 높은 위치와 층수 등에서 오는 시각적 효과 등을 장점으로 삼아 디자인을 과감하게 할 수 있었으며, 발주처 역시도 관(官)이라는 개념보다 새로운 시각에서 받아들여 준 것이 전체적으로 많은 조명을 하지 않고 부분적 요소만 가지고 적은 예산으로 좋은 연출을 하게 되었다고 본다.

항상 문제시 되어왔던 점이기는 하지만 건축설계 시점부터 외부조명에 관한 디자인이 검토되지 않아, 건축물 사면모서리에서 기업의 수직·상승적 요소를 강하게 표현하려 하였으나 POLE의 설치 위치가 공간적 한계에 부딪쳐 사면의 빛이 고르게 분포되지 않은 결점과 건축물에 대한 조명에는 상당한 비중을 두었으나 조정부분, AREA부분은 기초 전기설계 대로 시공된 점에 대해서 어필하지 못한 부분이 못내 아쉽기만 하다.

특히, 외부조명은 주변 및 주차장의 가로등, 조정부분 등이 건물에 미치는 영향이 매우 크기 때문에, 디자인적 요소와 기능적 요소가 건물조명과 자연스럽게 이루어져야 완벽하다고 말할 수 있기 때문이다.

끝으로 이러한 건축환경 조명을 하고 나서 항상 아쉬운 점이 남게 마련이지만 이것은 건축적, 전기적, 디자인적, 예산적 측면 등의 이유가 많다고 본다. 하지만 이것으로 끝을 낸다면 기존 건축물의 한계에서 벗어나지 못하며 어느 정도의 시간이 지나면 식상하게 되기 때문에 기업의 홍보적 차원에서도 항상 새로운 변모를 가지고 와야 한다고 생각하며 디자이너 역시도 한번으로 끝이 아닌 건축물의 수명과 더불어 기업의 이미지 변화에 따른 새로움을 계속적으로 유지해 나가야 한다고 생각한다.