

광장시장 '먹거리'
점포 의자를 통해
본 한국의 문화
Korean
Culture Seen
through the
Chairs of the
Gwangjang
Market 'Food'
Stall

김혜주
Kim Hyejoo

홍익대학교 시각디자인전공
BFA Program, Visual Communication Design,
Hongik University

1. 들어가며
2. '먹거리' 점포의 형성 과정
3. 손님과 직접 접촉하는 디자인된 사물: 의자
4. 나가며

지도교수: 고선정

Supervisor: Ko Sunjung

1. 들어가며

서울특별시 종로구 예지동 종로5가에 위치한 광장시장은 서울 최대 규모의 전통시장이다. 그중에서 먹거리 구간은 한국을 방문하는 외국인들이 즐겨 찾는 관광지이며, 레트로 열풍과 새로운 음식 문화를 소비하는 젊은이들의 핫플레이스로 자리 잡아 문전성시를 이룬다. 1905년 동대문시장이라는 이름으로 시작한 현재의 광장시장은 한국의 전통문화를 경험할 수 있는 곳이자, 새로운 한국의 문화가 만들어지고 있는 공간이다. 먹거리 구간에서 눈에 띄는 풍경은 통로 가운데서 음식을 만드는 상인들과 음식을 먹는 사람들, 그리고 먹거리 점포의 ‘길쭉한 의자’들이다. 점포들은 줄지어 있고, 마약 김밥, 육회, 빈대떡 등 유사한 먹거리를 판매한다. 비슷한 형태의 점포들이 있지만, 각 점포의 독특한 특징이 이를 구분 짓는다. 같은 공간 내에서 유사성과 차별성이 공존하면서 시장의 문화가 만들어지고 있다. 이것이 광장시장의 먹거리 구간만의 독특한 풍경이다. 특히 추운 겨울에는 이곳의 길쭉한 의자가 획기적인 기능을 가진 물건으로 변한다. 마치 온돌방에서 음식을 즐기듯, 의자에는 온열 기능이 추가되어 있다. 따뜻한 바닥에 앉아 음식을 먹는 것은 광장시장에서 경험할 수 있는 한국의 독특한 문화로, 한국에 방문한 외국인들에게는 놀라운 경험일 것이다. 손님과 직접 맞닿아 상호작용 하는 이 의자는 단순히 앉는 기능을 넘어서, 각 점포의 독특한 디자인과 기능적 특성에 따라 다양하게 변형되어 흥미로운 시각적 경험을 제공한다. 따라서 길쭉한 이 의자를 중심으로 상인들의 독창적인 버내쿨러 디자인이 어떻게 형성되었으며, 한국의 정서와 문화가 의자에 어떻게 내재하여 발현되었는지를 살펴보고자 한다.

Introduction

Gwangjang Market, located at Jongno 5-ga, Yeji-dong, Jongno-gu, Seoul, is the largest traditional market in Seoul. Its food section is a popular tourist destination for foreigners visiting Korea, and it is also a popular spot for young people who are into retro and new food culture. The Gwangjang Market was first named Dongdaemun Market in 1905. The old place allows visitors to experience traditional Korean culture and continuously create a new culture. The food section in Gwangjang Market is known for merchants creating food amid the aisles, people enjoying meals, and long chairs at food stalls. The stores offer similar foods like Drug Gimhap, Yukhoe (Korean-style raw beef), and Bindaetteok, but each store has unique characteristics that set it apart. The atmosphere creates a market culture where similarities and differences coexist in the same space. During the cold winter, the long steel chairs in the food section serve a unique heating function. Eating food while sitting on a warm chair like the Ondol floor is a distinctive way to experience Korean culture that visitors can enjoy at Gwangjang Market. These unique chairs are designed and modified in various ways by merchants to interact directly with customers, showcasing original vernacular designs and expressing Korean emotions and culture.

2. '먹거리' 점포의 형성 과정

1) 먹거리 구간의 초기 형태

광장시장은 본래 배오개장이 있던 이현 주변에서 형성되었다. 배오개시장은 조선 후기 서울의 3대 시장¹⁾ 중 하나로, 종로 4가와 예지동 일대에 자리 잡고 있었다. 개항 이후 일본 자본의 침투에 대응하기 위해 조선시대에 형성된 동대문시장 상권으로 발전하였고, 1960년에는 동대문시장과 혼용되던 명칭이 '광장시장'으로 공식 지정되었다. 배오개장의 초기 모습은 광장시장 먹거리 구간의 시작을 엿볼 수 있는 중요한 단서이다. 1925년의 배오개장 전경 사진에는 사람들이 바닥에 음식을 놓고 먹는 모습이 담겨 있다. [그림 1] 당시에는 현재의 점포 형태로 정형화된 음식 판매가 이루어지지 않았으며, 좌판과 노점 형태로 음식이 판매되었다. 이런 초기 형태는 현대 광장시장의 먹거리 구간의 발전 과정에서 중요한 참고 자료가 된다.

1970년대까지 광장시장은 주로 원단과 직물을 판매하는 목욕집이 대부분을 차지했으며, 음식 판매 점포는 전체 공간에서 소수에 불과했다. 이 시기에는 다라이(대야)에 떡이나 김밥을 놓고 판매하는 좌판과 간단한 조리로

1) 홍석기, <배오개에서 광장까지>, <http://www.kwangjangmarket.co.kr/?p=1588>, (2024.6.17.)



[그림 1] 배오개장의 전경, 1925
(출처: Youtube 베네딕도 미디어 <고요한 아침의 나라에서>)



[그림 2] 의자의 소재별 분류 - (좌) 나무로 만들어진 의자, (우) 쇠로 만들어진 의자

음식을 만드는 노점이 몇 곳 있었을 뿐이다. 원단과 직물의 취약성으로 인해 상인들은 불사용에 대해 매우 조심스러웠다. 1958년 대화재로 160개의 점포가 소실되었고, 1966년에는 배전반 과열로 인한 화재로 막대한 피해를 보면서 상인들은 불에 대한 두려움과 경각심을 더욱 가지게 되었다. 이에 따라 광장시장에서의 불사용은 제한되었고, 이는 음식의 종류와 판매 방식에 큰 영향을 미쳤다. 불사용이 제한됨에 따라, 광장시장에서 판매되는 음식은 미리 조리해 놓을 수 있는 떡이나 잡채, 편육, 회 그리고 간단히 조리할 수 있는 칼국수, 떡볶이, 만두 등이 주요 메뉴로 자리 잡게 되었다.²⁾ 이러한 음식들은 조리 과정이 복잡하지 않거나 미리 준비할 수 있는 특성을 가지며, 현대의 광장시장에서 여전히 인기를 끌고 있는

2) 강세미, 「광장시장의 변화 과정과 '먹거리 구간'의 형성」, 『역사민속학』, 60, (한국역사민속학회, 2021), pp.163-194



대표적인 메뉴이다.

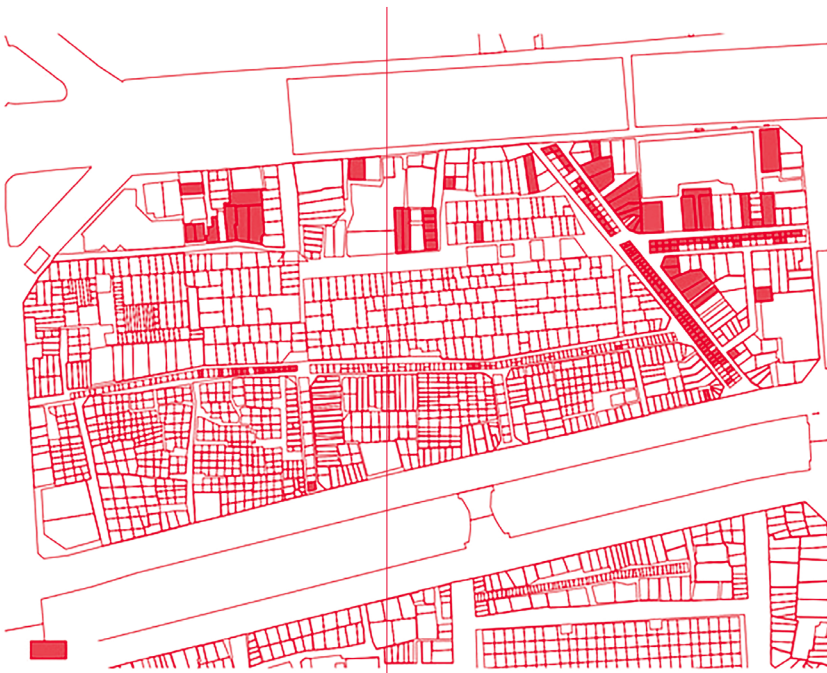
2) 점포 형태의 획일화

1980년대 후반, 시장 상권의 이동과 경기 불황으로 광장시장에서 의류와 원단을 취급하던 점포의 수가 급격히 감소했다. 이로 인해 포목 상점의 어려움은 음식 판매 상인들에게는 기회로 작용하였고, 불사용에 대한 규제가 상대적으로 완화되면서 음식 판매가 확대될 수 있었다. 2005년 청계천과 인접한 서울 종로 일대가 관광특구로 지정되면서 광장시장의 '먹거리 구간'은 서울시 및 종로구의 지원을 받아 발전했다. 이 과정에서 노점이 점포 형태로 변화하였고, 2002년부터 2017년까지 진행된 현대화 사업을 통해 노후된 시설이 교체되었다.³⁾ 이러한 현대화 사업은 점포 형태를 획일화시켰고, 점포

내부의 디자인과 시설을 표준화하는 데 이바지했다. 특히 현재 광장시장의 먹거리 점포에서는 음식 제조 공간을 둘러싼 식탁과 그 아래 낮은 '길쭉한 의자'가 일관되게 사용되고 있다.

광장시장에서 떡볶이를 판매하는 나영선 할머니에 따르면, 의자는 협회의 지침에 따라 구매한다고 한다. 외부 지원을 통해 시장이 발전하면서 점포 운영을 위한 물품 구매 채널이 표준화되었고, 이로 인해 점포 형태의 일관성이 확보되었다. 의자의 소재는 나무와 쇠 두 종류가 있으며, [그림 2] 각각의 제작 연도는 불분명하지만, 점포마다 매우 유사한 제품이 사용되고 있다. 그러나 의자의 디자인은 상인의 감각과 필요성에 따라 다양한 모습으로 꾸며진다. 예를 들어 나뭇결이 보이는 장판이나 꽃무늬 천으로 감싼 경우가 있으며, 이는 상인들의 개인적인 취향이나 점포의 분위기에 맞추는 방법이다. 이러한 개성 있는 장식들은 광장시장의 먹거리 구간에서 시각적 다양성을 제공하며,

3) 종로광장시장, <종로광장시장 시설현대화사업 추진현황>, <http://jkm.or.kr/home/home/sijang/doc.php?doc=5>, (2024.6.28.)



[그림 3] 광장시장 먹거리골목(출처: 서울 역사 아카이브)

현대화된 점포 형태와 전통적인 상인의 감각이 조화를 이루는 독특한 매력을 만들어낸다.

3. 손님과 직접 접촉하는 디자인된 사물: 의자

광장시장의 먹거리 구간인 북 2문과 남 1문을 잇는 길[그림 3]에 있는 먹거리 점포에서 사용되는 ‘길쭉한 의자’의 사진을 수집하고 분석적으로 관찰한 결과, 이 의자들의 사용 방식과 소재, 기능적 특성은 버네쿨러 디자인과 한국의 고유한 문화, 전통을 엿볼 수 있는 중요한 단서를 제공한다.

1) 버네쿨러 디자인과 온열 기능

버네쿨러 디자인은 지역적, 문화적 요인을 반영하여 자연스럽게 생성된 디자인⁴⁾으로,

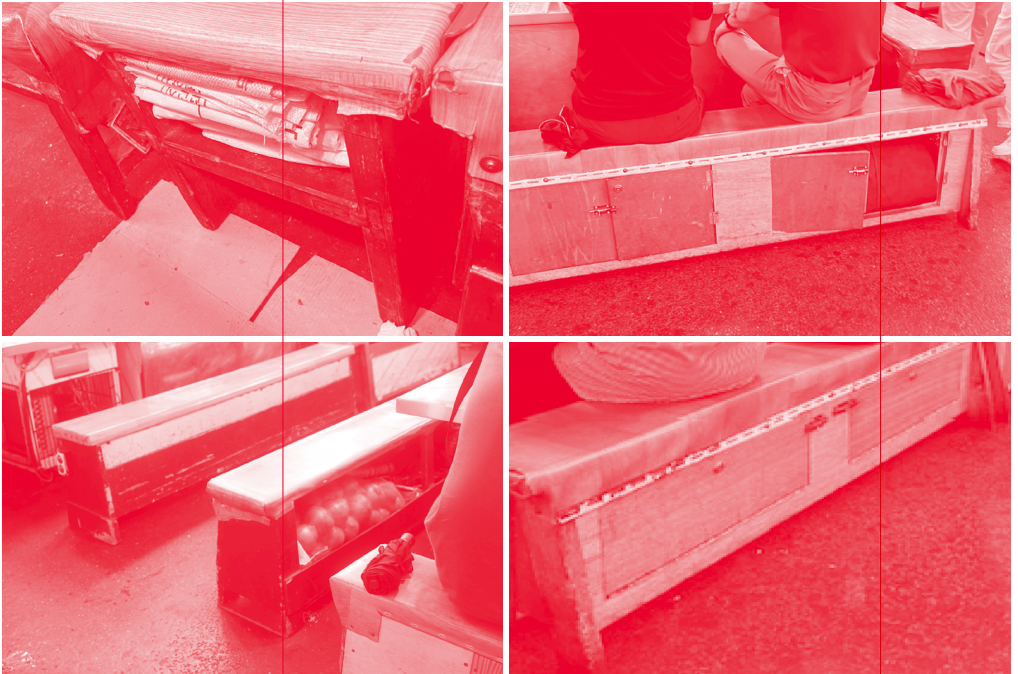
4) 우리말샘, “버네쿨러디자인”, <https://opendict.korean.go.kr/main>, (2024.6.16.)

일상생활의 필요가 반영된 삶과 문화가 담긴 민족 조형 예술이다. 광장시장에서 사용하는 ‘길쭉한 의자’는 이러한 버네쿨러 디자인의 대표적인 예로, 상인들이 생활 속에서 자연스럽게 만든 투박하지만 따뜻한 감각을 지니고 있다. 의자는 표준화된 구매 채널을 통해 제작되었지만, 상인들이 각자의 개성에 맞춰 다양한 방식으로 장식과 마감처리를 추가했다. 예를 들어 의자 커버를 스티로폼이나 은박 포장지, 이불, 장판, 꽃누니 천 등으로 마감하여 개성을 표현하고 있다. [그림 4] 걸보기에는 비슷해 보이지만, 목재의 색상과 질감, 장판의 나뭇결무늬, 천의 색과 문양 등에서 각 점포의 독특한 스타일을 확인할 수 있다.

이 의자는 단순히 앉는 기능을 넘어, 손님에게 집에서 식사하는 듯한 따뜻하고 편안한 착석감을 제공한다. 한국의 겨울철 차가운 날씨를 고려하여, 의자에는 온열 기능이 탑재되어 있으며, 부착된 전기 장치는 온돌처럼 따뜻함을 제공한다.



[그림 4] 의자의 버네클러 디자인



[그림 5] 의자의 수납 기능

가스나 난로 대신 전기를 사용하는 이유는 광장시장에서 판매되는 원단이 불에 약하기 때문에 상인들이 불사용에 주의해 온 역사적 배경과도 관련이 있다. 또한, 길쭉한 의자의 형태는 전통적인 밥상에 오기종기 모여 앉아 식사하던 옛 모습을 연상케 한다. 이러한 의자는 외국인 관광객들에게도 매력적인 요소로 소개⁵⁾되며, 한국 전통의 온돌방 좌식 생활과 방식을 제공하는 현대 문화를 간접적으로 경험할 수 있게 한다. 결과적으로 이러한 의자 디자인은 한국 문화의 친근함과 따뜻함을 전달하는 데 중요한 역할을 하고 있다.

2) 수납기능과 광고판

먹거리 점포의 노점은 80 × 120cm의 공간을 '한 자리'로 하여, 각 점포가 다섯 자리에서 열 자리의 공간을 차지하고 있다.⁶⁾ 제한된 구역을 효율적으로 활용하기 위해

- 5) MBC every1, <어서와 한국은 처음이지> 274회 참고
- 6) 강세미, 「광장시장의 변화 과정과 '먹거리 구간'의 형성」, 『역사민속학』 60,

의자에는 수납 기능[그림 5]이 추가되어 있다. 의자의 안쪽(음식 조리 구역에 바라보는 쪽)과 바깥쪽(손님이 지나다니는 통로를 바라보는 쪽) 중 한쪽 또는 양쪽에 물건을 보관할 수 있는 방식이 관찰된다. 안쪽에는 점포 운영에 필요한 봉투나 기타 용품이 주로 수납되며, 바깥쪽에는 점포 운영에 필요한 용품 또는 손님의 걸음이 보관된다. 또한 의자 안쪽 빈공간에 물건을 수납하거나 바깥쪽에 문이 달렸을 때 문을 열어 안쪽에 물건을 넣는 방식이 사용된다. 이러한 수납기능은 전통 장(織)에서 그 유래를 찾을 수 있다. 직선적인 판재를 수평으로 놓아 수납 공간을 만들고, 필요에 따라 여닫이문을 다는 장의 형태가 의자에 적용된 것이다.

더불어 의자의 바깥쪽은 먹거리 점포의 '간판' 역할을 하며, [그림 6] 가게의 이름이 흰색 배경에 검은색 글씨로 중앙에 적혀 있다. 광장시장의 시설 현대화

(한국역사민속학회, 2021), pp.163-194


- 7) 종로광장시장, "종로광장시장 시설현대화사업 추진현황", <http://jkm.or.kr/home/home/sijang/doc.php?doc=5>, (2024.6.28.)



[그림 6] 간판 역할을 하는 의자

사업 기록⁷⁾에 따르면, 선정된 업체가
간판 개선을 시행하였고, 이에 따라
광장시장의 먹거리 점포 간판 디자인이
유사한 형식으로 통일된 것으로 보인다.
간판의 중앙에는 점포의 이름이 주로
표기되며, 대표 메뉴가 함께 표기된 경우도
발견되었다. 간판의 좌측과 우측에는
막걸리 광고가 붙어 있는 공통점도 발견할
수 있었다. 획일적인 간판 디자인과 세월의
흔적이 느껴지는 투박한 의자의 조합은
광장시장이 과거부터 현재까지 적응하며
살아온 모습을 보여주는 듯하다.

4. 나가며

광장시장의 먹거리 점포는 현대화 과정에서
디자인의 획일화가 진행되었지만, 오랜
전통과 삶의 흔적이 여전히 남아 있어
개성 있는 모습을 유지하고 있다. 의자
커버의 독특한 소재와 기능은 광장시장이
단순히 음식을 판매하는 장소를 넘어,
역사적인 공간에서 잠시 휴식을 취할 수
있는 곳으로서의 개성을 부각한다. 이
연구를 통해 전통시장의 현대화로 인해
구조가 획일화되고, 지정된 사물의 사용이
개성을 줄일 수 있지만, 상인들과 방문객들
사이의 상호작용을 통해 우리 민족의
독특한 개성과 문화적 독창성이 여전히
발휘되고 있음을 알게 되었다. 음식 판매는
단순한 상업 행위를 넘어, 따뜻한 환대를
표현하는 중요한 의미를 지니며, 이러한
민족적 정서가 먹거리 점포의 의자에 잘
반영되어 있다. 따라서 먹거리 점포에서
사용하는 의자는 단순한 도구가 아니라
한국의 고유한 문화와 정서가 담긴 새롭게
'디자인된 사물'이라 할 수 있다. 

참고문헌

- 강세미, (2021), 「광장시장의 변화 과정과 '먹거리 구간'의 형성」, 『역사민속학』 60호, 한국역사민속학회
- 김은정·박영순, (2013), 「한중일 전통가구에 나타난 표현과 의미의 기호학적 분석」, 『한국실내디자인학회 논문집』, 22권 1호
- 김종광, (2012), 『광장시장이야기』, 샘터
- 박영순, (1991), 「조선조 가구에 나타난 의장요소의 분석」, 『대한가정학회지』, 29권 2호
- 최덕경, (2008), 「온돌의 구조 및 보급과 생활문화에 끼친 영향」, 『농업사연구』, 7권 2호
- 현은정·임경호, (2014), 「버내쿨러 디자인 특성을 반영한 전통시장 간판의 표현 전략」, 『한국 디자인포럼』, 43권
- MBC every1
- <http://www.kwangjangmarket.co.kr/?p=1588>
- <https://opendict.korean.go.kr/main>
- <http://jkm.or.kr/home/home/sijang/doc.php?doc=5>