

공간구문론을 활용한 전통정기시장 공간구조분석 - 평창 대화장을 중심으로 -

정대영^a · 윤아영^a · 윤지환^{a*} · 김상범^b

^a경희대학교 일반대학원 관광학과(서울특별시 동대문구 경희대로)

^b농촌진흥청 국립농업과학원(경기도 수원시 서둔동)

국문요약

최근 농촌지역이 쇠퇴하면서 농촌사회의 중심공간이었던 전통정기시장이 점차 축소되고 상권이 붕괴되면서 존폐를 위협하고 있는 실정이다. 다양한 분야에 걸쳐 전통정기시장의 활성화를 위한 대안을 제시하고 있지만 사회적, 지리적 관점에서 이루어진 연구는 정량적으로 분석하는데 한계가 있었다. 이에 본 연구에서는 강원도의 대표적인 5일장이었던 평창 대화장을 대상으로 정량적인 분석방법인 공간구문론을 활용하여 공간구조 및 보행동선을 분석하였다.

분석결과, 전체적인 공간구조는 통합도와 명료도가 높게 나타나 방문객이 전체 공간을 인지하고 이동하기에 효율적인 구조이지만 소비를 촉진시키는 전략이 필요할 것으로 판단되었다. 또한 보행동선을 분석한 결과 시장의 중심부에 위치하거나 주요시설 주변에 분포하는 동선의 통합도가 높게 나타났다.

자연발생적으로 생겨난 전통정기시장은 단순하고 명료한 공간구조를 갖고 있다는 점에서 문제점이 있으며, 쇠퇴한 정기시장을 활성화하기 위해서는 장소성을 강화하고 방문객의 소비를 촉진하는 전략이 필요할 것으로 사료된다.

주요어: 전통정기시장, 공간구문론, 보행동선

* 교신저자(윤지환) 전화: 02-961-0886; email: yun1207@khu.ac.kr 경희대학교 관광학과 교수

1. 서론

1970년대 이후 가속화된 도시화로 인하여 농촌지역이 급속도로 쇠퇴하면서 농촌사회의 중심공간으로 인식되었던 전통정기시장의 위상과 역할이 점차 축소되고 있다. 특히 전통적으로 오일장은 5일 주기로 순회하는 방식으로 개장되어 지역주민이 수요자인 동시에 공급자로서 상품을 교류하는 중요한 장소였으나(정금호, 2011), 최근 대형유통업체의 확대, 소비자의 패턴변화 등 외부요인으로 상권이 붕괴되면서 오일장의 존폐를 위협하고 있는 실정이다(중소기업청, 2006).

최근 5년간 전통정기시장의 규모를 살펴보면 2008년 377개소에서 2012년 249개소로 감소하고 있으며(시장경영진흥원, 2012), 이에 따라 정부에서는 전통시장의 활성화 대책을 마련하고 있다. 중소기업청은 지역 문화, 관광자원과 연계 가능한 시장, 역사전통이 있는 5일장 등을 대상으로 시장 고유의 특성을 살려 먹거리, 볼거리, 즐길 거리가 있는 시장으로 육성하기 위하여 2015년까지 100개소를 지원하는 특성화시장 사업을 추진하고 있다(중소기업청, 2012.1.20). 하지만 정부지원이 지자체의 재정자립도에 따라 선택적으로 투입됨에 따라 경쟁력이 없다고 판단되는 지방의 전통정기시장은 지원을 받지 못할 수 있다는 점에서 실질적인 대안이 될 수 없다(남윤형, 2010). 현재 강원도 관내에 있는 정기시장 중에서 정부에서 지원을 받고 있는 곳은 1개소에 불과할 정도로 미약한 실정이다(김영기, 2012). 즉 전통정기시장의 활성화는 경제적인 측면의 향상뿐만 아니라 방문객들이 지역 고유의 문화를 느낄 수 있는 장소성을 복원할 수 있는 방향으로 진행되어야만 경쟁력을 갖출 수 있는 것이다(이창언, 2010).

한편 시장과 같은 상업공간에서의 보행자는 매출에 영향을 미치는 중요한 요인이며, 이들은 공간구조에 영향을 받는 것으로 밝히고 있다(최

막중 외, 2001). 즉 효율적인 판매 공간을 구성하는 것이 보행자를 증가시킬 수 있으며 상업시설의 매출을 증대시킬 수 있는 중요한 요인으로 볼 수 있다(공은미 & 김영옥, 2013). 이러한 점에서 전통시장 방문객이 보행의 즐거움을 느낄 수 있도록 다채로운 볼거리와 시각적인 연속성을 갖춘 공간계획이 필요하다고 볼 수 있다.

전통정기시장에 관한 선행연구는 지역사회에서의 기능과 구조에 따라 사회학, 경제학, 역사학을 중심으로 진행되어 왔으며, 지리학, 건축학에서는 전통정기시장의 입지와 공간배치에 중점을 두고 연구가 되었다(이용선외, 2007). 하지만 구체적으로 전통정기시장의 구조가 방문객에게 어떠한 영향을 미치고 있는지는 규명되지는 못하였다는 한계점이 있다.

이에 본 연구는 정량적 공간분석기법인 공간구문론(Space Syntax)을 활용하여 역사적으로 강원도의 큰 장시를 이루었던 평창 대화장을 대상으로 하여 전통정기시장의 다양한 요인들과 관련이 있는 공간구조와 보행동선을 분석하고 시장을 활성화 할 수 있는 방안을 도출하는데 목적이 있다.

2. 이론적 배경

2.1. 전통정기시장의 개념 및 연구

우리나라의 정기시장은 삼국시대에서 부터 유래되었으며, 조선시대에는 더욱 발달하여 전국적으로 1,000여개 이상의 장시가 있었던 것으로 전해지고 있다(이재하 & 홍순완, 1992). 정기시장은 정해진 날짜 간격으로 특정한 시간과 장소에서 개설되는 시장을 의미하는데 서로의 생산물을 판매하거나 구매하고, 다른 사람들과 사회적으로 교류하는 지역경

제의 중심이었다(이용선 외 2007).

정주인구가 적고 소비수요가 크지 않은 지역에서는 상설시장보다는 여러 지역에 정기시장이 마련되어 해당 지역의 모든 소비자들을 충족시킬 수 있기 때문에 정기시장의 성립과 역할은 전통적인 농경사회에 적합한 시장 형태로 인식되었다(김성훈, 2006). 교통여건이 양호하지 않은 농촌지역에서 정기시장은 소비자들의 구매거리를 단축시키고, 여러 시장을 하나의 배후시장으로 형성하여 상인들이 많은 소비자들을 접촉할 수 있었던 것이다(정금호, 2011). 이러한 정기시장의 주기성은 운반수단의 미약함과 낮은 수요시장에 의해 발생하며 이를 극복하면 상설시장이 될 수 있다는 중심지 이론에 기인한다(Skinner, 1964).

현대사회에서는 농업환경의 변화로 인해 지역주민들이 판매자로서의 역할이 대폭 감소하고 정기시장의 사회·문화적 기능이 약화되었으나 이러한 변화에도 농촌지역에서 정기시장은 여전히 중요한 의미를 지닌 공간으로 인식되고 있다(이용선 외, 2007). 최근에는 전통정기시장이 도시민들에게 탈일상적 공간으로 인식되면서 관광자원화를 통한 활성화 방안을 검토하기도 하였다(박석희, 2000; 이용선 외, 2007; 이성철, 2010).

전통정기시장에 대한 연구는 광역적인 접근을 시도한 연구보다는 특정 대상지를 실증적으로 접근한 연구가 주류를 이루었다. 특히 사회적 변화에 따른 전통정기시장의 변화에 대한 연구는 지역의 정기시장에 대한 객관적인 자료를 토대로 정기시장을 변화시키는 요인에 대해서 연구(이재하, 1998; 이재하 & 홍순완, 1992)가 있었으며, 도시에 인접한 정기시장을 대상으로 변화요인을 밝히는 연구도 있었다(김진영, 2010). 한편 전통정기시장의 관광자원화를 통해 활성화 방안을 제시한 연구도 최근 들어 나타나고 있는데 이재하(2007)는 농촌 전통시장의 경쟁력을 강화하기 위하여 쾌적한 시설, 관광자원화 등의 대안을 제안하였으며, 이성철(2010)은 평창 대화장을 대상으로 관광자원화를 위한 구체적인 방안

으로 장소성 복원, 이미지 향상, 지역주민 참여 등을 거론하였다.

이상의 논의들은 전통정기시장이 갖는 역사적, 기능적 의미를 통해 사회현상과 더불어 활성화 할 수 있는 방안을 제시하였다. 하지만 전통정기시장이 갖는 문제점을 현실적으로 개선하기 위해서는 객관적인 접근방법이 필요하며, 전통정기시장의 공간구조에 대한 종합적인 검토가 선행되어야 한다.

2.2. 상업공간의 공간구조분석

공간구문론(Space Syntax)은 대상지의 공간구조를 분석하여 각 공간의 중요도를 객관적 지표로 제시하는 방법론을 의미한다(김영옥, 2000). 공간구조 특성을 파악하는데 가장 기초적인 개념은 공간깊이(Depth)로써 공간의 위상적 거리를 의미한다. 즉 공간적 위상은 각 공간사이의 연결 형태에 따라 다르게 나타나는데 이를 공간구조라고 지칭하며, 이용객의 보행동선을 규정하는 가장 기본적인 요소라고 할 수 있다(송나균 외, 2009).

공간구문론을 통해 나타나는 공간구조지표는 통합도, 명료도, 연결도, 통제도 등으로 구분된다. 통합도(Integration)⁵²⁾는 공간구조의 위상을 수치화 한 것으로 통합도가 높을수록 공간이 전체공간에서 중심적인 위치에 있다는 것을 의미한다(이태호 외, 2011). 전체 통합도가 0.4-0.6 일 때는 접근성이 낮은 공간으로 설명되고, 1.0 이상일 시 접근성이 높은 공간으로 볼 수 있다.

52) 통합도는 상대적 비대칭성(RA) 1을 보정계수로 나눈 후 그 역수를 의미하는 것으로 수식은 다음과 같다. $RA = 2(MD-1)/(K-2)$, MD:평균길이, K:단위공간의 수
상대적 비대칭성(RA)란 각 공간을 이동하는데 필요한 단계를 고려한 지수로 RA 개수에 따른 보정치RA(D)값으로 나누어 실제 상대적 비대칭성(RRA)값을 구한다.

명료도(Intelligibility)는 전체공간에서 부분공간을, 또는 부분공간에서 전체공간을 인지할 수 있는 정도를 의미하며, 0.6 이상의 값을 나타내면 명료도가 높은 것으로 볼 수 있다(이태호 외, 2011; 유광민 & 최영석, 2012). 즉 공간구조명료도는 전체지역에서의 접근성과 세부지역에서의 접근성이 상호관계가 있는 것을 의미하며, 선행연구에서는 공간구조명료도가 높은 공간일수록 보행자가 인식하는 공간의 인지도가 높고 공간이용패턴이 효율적인 것으로 나타났다(유광민 & 김남조, 2009).

연결도(Connectivity)는 특정 공간에 연결된 다른 공간의 갯수가 얼마인지를 파악하는 지표로서 한 공간에서 다른공간으로 직접 이동할 수 있는 공간의 수를 의미한다(오충원, 2004; 황재홍 외, 2010). 즉 특정 공간에서 다른 지역으로의 증가하는 계기가 될 수 있기 때문에 연결도가 높은 공간이 접근성이 좋다는 것을 의미한다(송나균 외, 2009).

통제도는 특정한 공간이 n 개의 공간과 연결되어 있을 경우 $1/n$ 의 값을 가지는 것으로 표현한다(박중구 & 이성훈, 2006). 즉 통제도가 높은 공간은 다른 공간으로 이동시 해당공간을 거쳐서 갈 확률이 높다는 것으로 이동의 통제력을 의미한다(황재홍 외, 2010).

공간구문론은 전통정기시장과 같은 상업시설에 적용하여 다양한 변수와의 관련성을 연구한 바 있다. 최근 도시의 상업시설은 소비자들의 다양한 구매욕구와 보행형태를 공간구성과 연계하면서 매출을 극대화하고자 하는 전략을 시도하고 있다(강지은 & 최윤경, 2012). 이에 따라 공간구조가 매출액과 관련이 있을 것이라는 가정 하에 시도된 연구가 활발하게 진행되었다. 의류 쇼핑환경에서 소비자의 길 찾기가 용이할수록 매출이 증가하는 상관관계가 존재하였으며(안은희 & 이경훈, 2002), 공항면세점의 공간구조와 매출액의 상관성을 분석한 연구에서는 같은 공간 내에서도 판매하는 상품영역에 따라 공간구조 지표들에 차이가 있다는 것이 검증되었다(문정은 & 김봉애, 2011). 이용선, 김영옥(2012)의 연

구에서는 복합 상업시설에 대한 방문객의 인지지도 형성을 중요한 요소로 고려하여 시장 활성화에 영향을 미치는 공간구조 특성을 밝혔다. 대규모 공간에 조성된 테마파크나 대형쇼핑몰의 경우 전체적으로 공간을 인지하기 어렵기 때문에 방문객의 이동을 활성화하기 위해 전체적인 보행동선에 소비시설을 배치하여 소비를 증가시키고자 하는 전략을 유지하고 있다(유광민 & 최영석, 2012).

한편 전통정기시장이 도시민들에게 관광자원으로 인식될 수 있다는 측면에서 볼 때 장소성을 강화시키기 위해 효율적인 보행동선을 계획하는 것이 중요하다고 볼 수 있다(유광민 & 김남조, 2009). 특히 공간을 상징하는 매력물이나 핵심시설보다는 공간의 구조가 방문객의 공간인지도에 큰 영향을 미친다는 점에서도 중요하다(김영옥, 2000).

3. 연구방법

3.1. 대상지 선정 및 개요

본 연구의 대상지는 조선후기 강원도지역의 대표적인 장시였던 평창 대화장으로 선정하였다. 공간구문론을 적용하기 위해 선행연구에서 제시하고 있는 대상지 선정기준을 살펴보면 연구대상지는 이용객의 이용 빈도가 높게 나타나야 하며, 뚜렷한 공간적 범위를 인지할 수 있도록 공간의 경계가 명확해야 한다(최영석 & 최승담, 2012). 평창 대화장은 대화면 소재지의 중심축인 '대화중앙로'와 외곽을 지나는 31번 국도의 사이에 입지하여 비교적 공간의 경계가 명확하며 최근 지역축체인 '평창더위사냥축제'가 대화장 인근에서 개최되고, 평창의 테마 탐방로인 '효석문화 100리길'의 2구간⁵³)에 포함되는 등 이용객 유입가능성이 높은 지역으로

대상지로 적합하다고 판단하였다.

또한 평창 대화장은 예로부터 크게 번성한 장시로 알려져 역사적 가치가 있다고 판단하였다. 강원도 평창군 대화면 소재지 일대에 매달 4, 9, 14, 19, 24, 29일에 열리는 5일장인 대화장은 산간내륙의 중심지로 변화한 시장이었으나 점차 쇠퇴하여 그 명맥만을 유지하고 있다. 조선 순조 때 발간된 <만기요람>에 의하면 평창 대화장은 입지적으로 영동지역과 영서지역을 연결하는 중심지역에 위치하여 크게 번성하면서 직산의 덕평장 등과 함께 전국 15대 장시로 성장하였으나 19세기 이후 각 지역에 포구가 증가하고 수운이 발달하여 육로의 이용이 감소하면서 몰락하게 되었다⁵⁴⁾ (<http://www.culturecontent.com>).

현재의 대화장은 대화면 사무소 소재지의 중심상가와 뒷골목 건물 사이에 시장이 열리고 있으며, 특산물로는 산나물, 약초, 감자, 고추 등이 있고, 먹거리는 메밀전병과 막국수, 송어회 등이 있다. 하지만 지역 농산물에 비해 타 지역의 농산물이 많은 편이며, 향토음식을 전문적으로 판매하는 음식점이 부족한 실정이다(이성철, 2010).

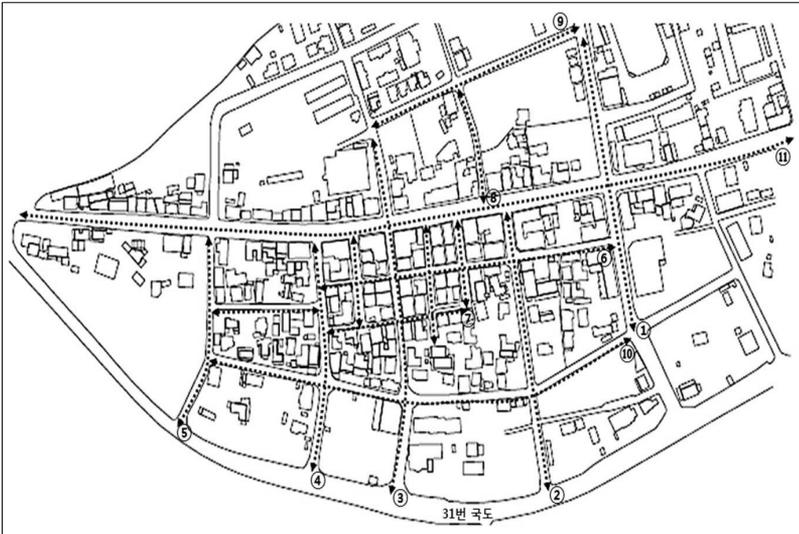
3.2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 공간적 범위는 <그림 1>과 같이 연구대상지인 대화면 시내를 중심으로 시장이 들어서는 가로공간을 대상으로 하였다. 하지만 대화장이 정기시장이라는 특성에서 시장의 범위가 일정하지 않기 때문에 현

53) 효석문화 100리길 2구간 : 대화장터 가는 길

54) <만기요람>에 의하면 평창 대화장은 경기도 광주의 사평장, 송파장, 안성의 읍내장, 교하의 공릉장, 충청도 은진의 강경장, 직산의 덕평장, 전라도 전주 읍내장, 남원의 읍내장, 황해도 토산의 비천장, 황주의 읍내장, 봉산의 은파장, 경상도 창원의 마산포장, 평안도 박천의 진두장, 함경도 덕원의 원산장과 함께 조선 후기 15대 시장으로 포함되었다.

장조사를 실시하여 시장의 범위를 확인하였다. 2013년 6월 중 대화장이 들어서는 모든 보행로에 대한 현장조사를 실시하여 단위블록을 조사하였으며, 1/5,000의 수치지도를 토대로 공간의 가시성(visibility)과 접근성(accessibility)을 고려한 축선도(axial map)를 작성하였다. 평창 대화장의 공간구조 분석은 S3 Axial Analyzer 2.1을 활용하였으며, 공간구조를 해석할 수 있는 공간지표인 전체통합도, 국부통합도, 연결도, 통제도, 명료도를 도출하여 분석하였다.



범례 : 1.대화1길, 2.대화2길, 3.대화3길, 4.대화4길, 5.대화5길, 6.대화시장1길,
7.대화시장2길, 8.남산1길, 9.남산길, 10.청룡길, 11.대화중앙로

〈그림 1〉 대상지의 공간적 범위⁵⁵⁾

55) 연구자가 현장조사를 토대로 작성

4. 분석결과

4.1. 평창 대화장의 전체공간 분석

공간구분론을 활용하여 평창 대화장의 공간구조를 분석한 결과 총 26개의 축선으로 형성되어 있는 것으로 나타났으며, 전체공간에 대한 공간지표는 <표 1>과 같다. 통합도가 1 이상이면 통합도가 높은 수치로 해석할 수 있는데, 평창 대화장의 전체통합도는 1.737로 나타나 전반적으로 체계적이고 효율적인 공간으로 볼 수 있다. 즉 방문객이 전체적인 동선을 인지하고 찾아가는데 수월하기 때문에 이동시간이 더욱 단축될 수 있다는 것을 의미한다. 한 공간에서 인접한 공간으로의 접근성을 나타내는 국부통합도는 1.815로 나타나 전체통합도와 큰 차이가 없어 방문객이 특정 공간에서 다른 공간으로 이동하는 것도 수월한 것으로 판단된다. 또한 대상지에 대한 연결도는 3.923으로 나타났으며, 이는 한 공간에서 다른 공간으로 연결된 공간이 약 4개인 것을 의미하는 것으로 상대적으로 높은 연결도로 볼 수 있다.

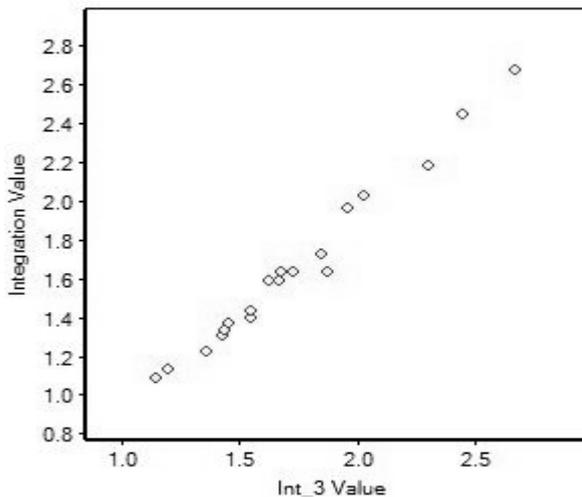
<표 1> 전체 공간구조 지표 평균값

구분	전체통합도	국부통합도	연결도	통제도	명료도
값	1.737	1.815	3.923	0.999	0.987

한편 방문객이 파악하는 공간인지를 나타내는 공간구조명료도는 <그림 2>와 같이 전체통합도와 국부통합도간의 상관계수(R^2)가 0.987로 나타났으며, 양(+)의 상관관계를 나타내는 회귀선을 중심으로 인자들이 분포하고 있어 명료도가 높은 것으로 해석할 수 있다. 공간구조명료도

높다는 것은 방문객이 전체공간에 대해 인지하고 공간구조의 이해가 쉽다는 것을 의미하는데 평창 대화장은 방문객이 전체공간을 파악하기 쉽기 때문에 이동하기에는 수월하지만 소비 공간에서 배회가능성을 높이는 것이 소비를 촉진시키는 전략이라는 관점(유광민 & 최영석, 2012)에서는 소비자가 쉽게 이탈할 수 있는 가능성이 높은 구조로 해석된다. 반면 방문객이 전체적으로 인지하기 쉬운 공간으로 장소성을 강화할 수 있는 가능성이 높은 지역으로 판단된다.

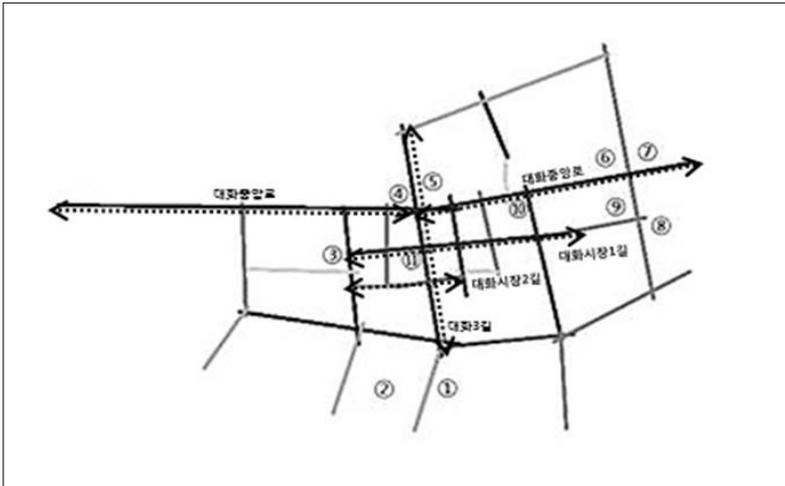
또한 평창 대화장이 개설되는 대화면 일대는 가장 큰 가로공간인 ‘대화중앙로’를 중심으로 격자형의 골목길이 조성된 형태로 공간구조가 비교적 단순하여 전반적으로 공간지표가 양호한 것으로 판단된다. 이에 따라 각 가로공간에 대한 특화거리를 조성하여 장소성을 강화할 수 있는 전략이 필요할 것으로 사료된다.



〈그림 2〉 전체통합도와 국부통합도의 산점도

4.2. 평창 대화장의 보행동선 분석

평창 대화장의 방문객 흐름을 파악하기 위해 보행동선에 대한 통합도를 분석하였다. <그림 3>은 전체통합도의 크기를 축선도의 명암으로 나타낸 것으로 각 보행동선에 대한 분석이 용이하다. 축선의 색이 진할수록 높은 통합도를 나타내고 옅을수록 낮은 통합도를 나타내는데, 전반적으로 시장의 중심부에 가까워질수록 진한 색이 주로 분포하는 것으로 볼 때 대화장은 방문객의 접근이 용이한 공간에 입지하고 있음을 파악할 수 있다. 또한 <그림 3>과 같이 전체통합도가 높은 동선은 대화면의 주요시설을 경유하고 있는 것으로 나타났다.



범례: 1.대화시외버스터미널, 2.대화공영주차장, 3.대화11리마을회관, 4.대화신협, 5.대화우체국, 6.대화파출소, 7.대화농협, 8.농협하나로마트, 9.대화시장주차장, 10.평창정선축협, 11.대화시장 공중화장실

<그림 3> 평창 대화장의 축선도(전체통합도)

각 보행동선의 전체통합도를 분석한 결과, 평창정선축협, 대화과출소, 대화농협 등을 경유하는 '대화중앙로'와 대화11리마을회관에서 대화시장 주차장에 이르는 '대화시장 1길', 대화시의외버스터미널에서 대화신협에 이르는 '대화3길'의 전체통합도가 동일하게 2.671로 가장 높게 나타났다. '대화중앙로'는 도심을 지나는 가장 큰 도로이기 때문에 지역의 주요시설이 분포하고 있어 통합도가 높게 나타난 것으로 판단되며, '대화시장 1길'과 '대화 3길'은 대화장의 중심이 되는 동선으로 방문객이 유입되기 쉬운 구조로 되어있음을 알 수 있다. 특히 평창군에서 전통시장 활성화사업의 일환으로 2010년 이후에 조성한 대화시장 공중화장실과 주차장은 이러한 공간구조를 고려하여 배치한 것으로 판단된다. 대화시장주차장이 조성되기 전에는 비교적 통합도가 떨어지는 대화공영주차장에 주차를 하거나 '대화중앙로'변에 불법주차를 하는 등 불편함이 있었으나 대화장의 접근성이 양호한 공간에 주차장을 조성하여 시장 환경을 개선한 것으로 볼 수 있다.

반면 '대화시장 1길'과는 달리 '대화시장 2길'은 상대적으로 전체통합도가 낮게 나타났다. '대화시장 1길'은 주요시설을 경유하면서 통합도가 높은 '대화중앙로', '대화 3길'등과 단순한 구조로 연결되어 있으나 '대화시장 2길'은 상대적으로 복잡하고 고립된 구조로 되어 있어 방문객이 인지하기 어려운 환경이다. 이와 같이 전체통합도가 낮게 나타난 공간의 경우 상징적 이미지를 강화하여 인지도를 높일 수 있다는 견해가 나타나고 있는데, 선행연구에서는 도입공간에 상징적 시설물을 도입함으로써 방문객의 인지도를 높일 수 있다는 사실을 제시하였다(박태욱, 2008; 이정림 & 조용준, 2009, 최영석 & 최승담, 2012). 평창 대화장의 경우 역사적 가치가 있는 장소성이 있기 때문에 방문객에게 상징적 이미지를 전달할 수 있는 시설물을 도입하여 인지도를 높이는 전략이 효과적이라고 판단된다. 특히 시각적인 매력성을 가진 상징물은 방문객을 유도하며 강

력한 이미지를 전달하기 때문에 ‘대화시장2길’과 같이 깊숙한 동선을 가진 공간에 배치하는 것이 효율적이다(송나균 외, 2009).

통합도가 비교적 높게 나타난 ‘대화 3길’은 시외버스터미널에서 대화시내로 진입하는 동선으로 외부방문객이 많을 것으로 예상되지만 안내시설 등이 미약하여 불편함을 초래할 것으로 판단된다. 길찾기에 실패한 장소에 대해 보행자들은 스트레스와 불안감을 가지게 되며(Pollet & Haskell, 1979), 장소를 기피하는 태도로 발전되어 구매 욕구를 저하시킨다는 점에서(Cubukcu, 1979) 전통시장에서의 안내시설 배치는 중요한 사안으로 판단된다. 또한 ‘대화 3길’은 업종별로 구분할 때 음식점이 비교적 많이 배치되어 있는 동선으로 파악되어 외부방문객이 먹거리를 체험하기에 적합한 보행동선으로 판단된다.

5. 요약 및 시사점

본 연구는 전통정기시장의 활성화 방안을 제시하기 위해 공간구문론을 활용하여 강원도 대상지인 평창 대화장의 공간구조를 분석하였다. 이전부터 자연발생적으로 개설되어 현재 그 명맥을 유지하고 있는 전통정기시장은 현대식 상업시설에 비해 단순하고 명료한 공간으로 되어있으나 방문객의 편리함과 소비를 촉진시키는 전략은 부족한 공간으로 밝혀졌다. 정기시장은 상설시장과 달리 5일마다 개설되기 때문에 공간을 전략적으로 이용하기 보다는 기존 공간에 의존하는 경향을 보이는 것으로 나타났다. 평창 대화장의 공간구조를 분석한 결과를 토대로 나타난 시사점은 다음과 같다.

첫째, 평창 대화장의 전체공간구조를 분석한 결과 공간구조지표가 전반적으로 기준치보다 높게 나타나 방문객이 전체적인 동선을 인지하고

찾아가는데 수월한 구조로 되어있음을 알 수 있었다. 이는 대화면 소재지가 비교적 단순한 구조로 되어 있어 공간 의존적인 정기시장의 특성상을 반영한 것으로 보인다. 방문객이 시장을 전체적으로 인지하고 이동하는데 큰 어려움이 없지만 단순한 구조가 방문객이 배회할 수 있는 가능성을 감소시키고 소비를 촉진하는데 불리한 조건이라는 점을 고려하여 시장 배치전략을 계획해야 할 것이다. 방문객은 지역의 특산물이나 먹거리 등을 구매하려는 잠재의식을 갖고 있기 때문에 방문객이 흥미를 갖고 이동하면서 소비를 할 수 있는 코스를 제시하는 것도 소비를 촉진시킬 수 있는 전략으로 볼 수 있다.

둘째, 평창 대화장의 보행동선을 전체 통합도를 토대로 분석한 결과 시내의 중심도로인 '대화중앙로'와 대화장의 주요시설을 경유하는 '대화시장 1길' 등이 통합도가 높게 나타난 반면 상대적으로 복잡한 구조로 되어 있는 '대화시장 2길'은 전체통합도가 낮게 나타났다. 전체통합도가 높은 공간은 방문객이 시장을 이용하는데 필수적인 주차장, 안내소, 화장실 등을 확충하는 것이 중요하며, 전체통합도가 낮게 나타난 공간은 대화장을 처음 방문하는 고객들이 유입되기 어렵기 때문에 흥미를 가질 수 있는 상점이나 시설을 배치하는 것이 효율적이라고 판단된다.

한편 대화시외버스터미널에서 대화장으로 진입하는 '대화 3길'의 경우 전체통합도는 높게 나타났으나 안내판이나 방향표시가 없어 이에 대한 대책이 필요할 것으로 보인다. 또한 '대화 3길'은 관광자원화를 통해 특성화거리로 조성할 수 있는 가능성이 있는 공간이다. 최근 '제 1회 평창더위사냥축제'가 개최된 땀띠공원이 연계된 동선이며, 음식점이 많이 분포하고 있어 먹거리를 특화시킬 수 있는 여건을 가진 공간으로 판단된다.

본 연구는 쇠퇴하고 있는 전통정기시장의 활성화를 위해 공간구조를 정량적으로 분석하여 시사점을 제공하였다는 점에서 의미가 있다. 특히 농촌마을이나 면소재지 등을 대상으로 공간구문론을 활용한 연구들과 달

리 전통정기시장이라는 장소는 방문객에게 역사적 가치를 지닌 관광지인 동시에 소비 공간이라는 본질적 속성이 있기 때문에 공간구문지표를 해석하는데 차이가 있다는 점을 규명하였다. 즉 전통정기시장은 장소성을 살려 방문객을 유도하는 전략이 필요한 동시에 방문객의 소비를 촉진하기 위한 공간을 구성할 수 있는 전략이 제시되어야 한다. 본 연구에서는 역사적으로 큰 장시를 이루었던 평창 대화장의 보행동선을 분석하여 문제점을 제시하고 이를 개선할 수 있는 전략을 제안하였다. 하지만 본 연구 대상지만을 연구범위로 한정하였으므로 일반화시키는데 무리가 있다고 판단된다. 추후 본 연구결과를 토대로 다른 형태, 다른 규모의 전통정기시장에 적용하여 차별화 시킬 수 있는 연구가 필요할 것으로 보인다.

■ 참고 문헌 ■

- 강지은, & 최윤경. (2012) 국내 복합상업시설의 공간구조에 관한 연구. *대한건축학회 학술발표대회논문집*, 32(2), 51-52.
- 김성훈. (2006). 한국의 정기시장. 서울: 한국농촌경제연구원.
- 김영기. (2012). 쇠퇴한 강원도 정기시장 활성화 방안으로서의 농산물 직거래시장 도입방안 연구-일본 산직시장 사례분석을 중심으로-. *강원논총*, 5(5), 57-79.
- 김영욱. (2000). 공간형태와 공간인식의 상호관련성 연구. *대한건축학회논문집*, 16(10), 37-44.
- 김진영. (2010). 모란시장의 변화와 의미재구성에 관한 연구. *중앙민속학*, 15, 61-97.
- 남윤형. (2011). 전통시장 지원정책 방향 재정립에 관한 연구. 서울: 중소기업연구원.
- 문정은, & 김봉애. (2011). 면세점 판매공간구조와 매출과의 상관성에 관한 연구 - 인천국제공항 여객터미널 설영 면세점을 중심으로- *대한건축학회 논문집*, 27(9), 91-100.
- 박석희. (2000). 관광루트에 있는 재래시장의 관광자원화에 관한 연구. *관광학연구*, 24(1), 9-24.
- 박종구, & 이성훈. (2006). 공간구문론(Space Syntax)분석에 의한 세대별 박물관 공간구성에 관한 연구-대공간과 전시공간 연결방식의 변화양상을 중심으로-. *한국실내디자인학회 논문집*, 15(5), 247-254.
- 박태욱. (2008). 인지적 관점에서 바라본 테마파크 진입공간에 관한 연구. *기초조형연구*, 9(1), 401-411.
- 송나균, 여정태, & 고동완. (2009). 공간구문론을 활용한 전통마을 여가공간의 보행 동선 분석. *한국조경학회지*, 37(1), 1-8.
- 시장경영진흥원. (2012). 2012년도 전통시장 및 점포경영실태조사 보고서. 서울: 시장경영진흥원
- 안은희, & 이경훈. (2002). 의류상가 쇼핑환경에서 길찾기의 정도와 매출 이익간의 관계에 관한 연구. *대한건축학회 논문집*, 18(12), 11-18.
- 오충원. (2004). GIS와 공간구문론(Space Syntax)을 이용한 도시공간구조분석. *지리학연구*, 38(4), 573-583.
- 유광민, & 김남조. (2009). Space Syntax를 이용한 관광자원 개발전략 - 양주시 유

- 양동을 중심으로-. *관광학연구*, 33(6), 75-92.
- 유광민, & 최영석. (2012). 공간구문론을 활용한 주제공원의 공간 구성 분석. *관광학연구*, 36(4), 59-80.
- 이성철. (2010). 전통정기시장의 관광자원화에 관한 연구. *농촌관광연구*, 17(2), 71-85.
- 이용선, 국승용, 정은미 & 조경출. (2007). 정기시장의 구조와 기능 변화 연구. 서울: 한국농촌경제연구원.
- 이용선, & 김영옥. (2012). 복합 상업시설의 상권 활성화에 영향을 미치는 공간구조 특성에 관한 연구. *대한건축학회 학술발표대회 논문집*, 32(2), 55-56.
- 이정립, & 조용준. (2009). 호텔 진입공간의 유형별 인지특성 및 이미지 형성구조에 관한 연구. *한국주거학회 논문집*, 20(5), 9-13.
- 이재하. (1988). 한국의 정기시장 변화과정. 경북대학교 박사학위논문
- 이재하, & 홍순완(1992). 한국의 시장. 서울: 민음사.
- 이창언. (2010). 동해안지역 정기시장의 변화에 관한 연구 -경상북도 영덕군 영해장을 중심으로-. *민족문화논총*, 48, 523-558.
- 이태호, 반영훈, & 유남훈 (2011). 공간구문론을 이용한 근린공원 시각적 접근기회 분석 -청주시를 중심으로-. *한국조경학회지*, 39(4), 28-38.
- 정금호. (2011). 농촌 오일장의 공간이용 실태에 관한 연구 - 전남 동부지역 오일장을 중심으로 -. *대한건축학회연합논문집*, 13(4),149-156.
- 최영석, & 최승담. (2012). 공간구문론에 의한 관광지 시설물의 공간위상학적 특성과 방문객 공간인지와의 관계분석. *관광레저연구*, 24(4), 379-400.
- 중소기업청. (2006). 재래시장 활성화 종합계획. 대전: 중소기업청.
- 중소기업청. (2012.1.20). 보도자료: 중기청, 올해 특성화시장 육성위해 113억 지원.
- 황재홍, 안병주, 김주형, & 김재준. (2010). 공간 구조와 보행량 측정을 통한 대형 복합시설물 상가 임대료 특성에 관한 연구. *한국건축시공학회지*, 10(6), 87-96.
- Barnett, H. (1953). *Innovation: The basis of culture change*. New York: McGraw Hill.
- Beal, G., Rogers, E., & Bohlen J. (1957). Validity of the concept of stages in the adoption process, *Rural Sociology*, 22, 166-168.
- Pollet, D & Haskell, P. (1979). *Sign Systems for Libraries: Solving the Wayfinding Problem*. New york: R. R. Bowker Company.

Cubukcu, E. (1979). *Investigating Wayfinding Using Virtual Environments*, The Ohio State University.

Skinner, W. (1971). *Geography of Marketing and Social Structure in Rural China*. *The Journal of Asian Studies*, 24(1).

<http://www.culturecontent.com>

<http://www.ngii.go.kr>

Received 10 August 2013; Revised 3 September 2013; Accepted 11 September 2013

Spatial Structure Analysis of Traditional Periodical Market using Space Syntax Method

Dae Young Jeong^a · Ah Young Yoon^a · Ji Hwan Yoon^a · Bum Sang Kim^b

^aDepartment of Tourism, Kyung Hee University, 26 Kyunghedae-ro, Dongdaemun-gu, Seoul, 130-701

^bNational Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, Suwon, Kyeonggi 441-853, Republic of Korea

Abstract

Due to the decline of a rural community, traditional periodic markets regarded as a center of an agricultural village have been gradually downsized.

While researchers have made a counterproposal to revitalize the traditional periodic markets, there has limit in examining how space structure of the traditional periodic markets affect visitors.

Thus this study aims to analyze space structure and visitor circulation using a space syntax, a quantitative analysis focusing on PyeongChang Daehwa market.

The finding revealed high degree of unification and clearness which means overall space structure was efficient for visitors to recognize and move across the space. However, there is required to build strategies encouraging consumption.

The result of analyzing visitor circulation showed the degree of unification is the highest in visitor circulation where center of the market or main facilities is located.

In sum, in order to revitalize deserted traditional periodic markets,

rural communities need to work out strategies to encourage consumption and expand both information desk and convenience facilities.

key words : Traditional Periodical Market, Space Syntax, Pedestrian Circulation



Dae Young Jeong is a graduate student in the Tourism Department at KyungHee University, Seoul, South Korea. His research interests lie in the fields of place marketing and rural development.

Address: Department of Tourism, KyungHee University, 26 Kyungheedaero, Dongdaemun-gu, Seoul, 130-701, Republic of Korea

e-mail) fnpjy@naver.com, phone) 82-10-9075-8205



Ah Young Yoon is a graduate student in the Tourism Department at KyungHee University, Seoul, South Korea. Her research interests lie in the fields of tourism marketing and rural development.

Address: Department of Tourism, KyungHee University, 26 Kyungheedaero, Dongdaemun-gu, Seoul, 130-701, Republic of Korea

e-mail) 1019yay@gmail.com, phone) 82-10-9861-1825



Ji Hwan Yoon is a professor in the Tourism Department at KyungHee University, Seoul, South Korea. His research interests lie in the fields of tourism management.

Address: Department of Tourism, KyungHee University, 26 Kyungheedaero, Dongdaemun-gu, Seoul, 130-701, Republic of Korea

e-mail) yoon1207@khu.ac.kr, phone) 82-10-2271-5563



Sang Bum Kim is a researcher of Department of Rural Space Planning in the National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, South Korea. His research interests on rural planning, agricultural landscape, and rural development.

Address: Department of Rural Space Planning, National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, Suwon, Kyeonggi 441-853, South Korea
e-mail) landlife@korea.kr, phone) 82-31-290-0265