

서울시 도시형 장터 간의 상호관련성에 관한 연구

김지아 · 조경진

*서울대학교 환경대학원 환경조경학과

I. 서론

본 연구는 최근 서울시의 곳곳에서 도시형 장터가 열리는 곳이 증가하고 있는 현상에 주목하였다. 도시형 장터는 가로, 광장, 특정 건물의 야외 공간 등 오픈스페이스에서 주로 열리기 때문에 그 공간이 사적 소유이든 공적 소유이든 공공공간의 성격을 갖게 된다. 서울시 공공공간 가이드라인의 공공공간에 대한 관점에 따라 좁게는 공공이 소유한 공간으로, 넓게는 공공적으로 이용되는 공간으로 정의한 것과 일맥상통한다(이상민과 엄운진, 2011). 이러한 특성을 토대로 도시형 장터를 '도시의 오픈스페이스에서 공공성을 띠며, 주기적으로 테마를 가지고 열리는 장터'로 정의하고 연구를 진행하였다. 도시형 장터 간의 상호관련성 및 도시형 장터가 갖는 의미를 파악하는 것에 본 연구의 목적이 있다.

II. 서울시 도시형 장터의 특성

1. 논의 대상의 범위

서울시에서 열리고 있는 도시형 장터들을 대상으로 개별 장터의 특성을 도출하고, 이는 장터 간 관련성을 파악하기 위한 기본 자료가 된다. 이를 위해 서울시에서 열리고 있는 도시형 장터 중에 주기적으로 열리며 2013년까지 5회 이상 진행된 장터를 기준으로 하여 13개의 도시형 장터를 공간 특징, 주기, 운영 방식, 주요 콘텐츠 등을 중심으로 분석하고, 이를 토대로 장터 간 관련성을 파악하였다. 표 1은 주요 연구 대상인 서울시 도시형 장터 목록이다. 장터가 시작된 연도 순서대로 나열하였다.

2. 도시형 장터의 특성 분석

개별 도시형 장터는 그 특징이 계속적으로 여러 요인들에 의해 변화하여 유동적이다. 특히, 대부분 특정 장소에 고정적으로 설치되어 있는 것이 아닌 야외 공간을 일시적으로 활용하는 임시적인 속성을 갖기 때문에 개별 장터들의 특성 변화가 많다. 이처럼 지속적인 변화 및 각각의 특징이 있는 개별 도시형 장터들을 토대로 하여 기본적인 특징을 중심으로 분류 및 정리하고자 하였다.

표 1. 주요 연구 대상 서울시 도시형 장터 목록

(2014년 6월 현재)

연번	이름	위치	콘텐츠
1	프리마켓	마포구 연남동 홍대 놀이터	아트/수공예
2	달시장	영등포구 영등포동 하자센터	가공식품/농산물 아트/수공예 중고물품
3	SAM 삼청동아트마켓	종로구 삼청동 57th Gallery&Cafe	아트/수공예
4	명랑시장	중구 명동 외환은행 본점 삼각공원	아트/수공예 가공식품/농산물
5	농부의 시장	종로구 광화문	가공식품/농산물 아트/수공예
		강북구 번동 북서울꿈의숲(2013)	
		동작구 신대방동 보라매공원(2013)	
6	광화문 희망나눔장터	종로구 광화문	가공식품/농산물 아트/수공예 중고물품
7	마르쉐@	종로구 대학로 마로니에공원	가공식품/농산물 아트/수공예
8	도매기 마켓	용산구 이태원동 경리단길/장소변경	아트/수공예 가공식품/농산물 중고물품
9	이태원 계단장	용산구 이태원동	아트/수공예 가공식품/농산물 중고물품
10	돌에공	중구 정동 덕수궁 돌담길	아트/수공예
11	헬로우문래	영등포구 문래동	아트/수공예
12	세종예술 시장 소소	종로구 세종로 세종문화회관	아트/수공예
13	늘장	마포구 염리동 (경의선 폐선부지)	가공식품/농산물 아트/수공예 중고물품

*혹서기, 혹한기에는 대부분 열리지 않음

공간적 특징으로는 장터의 규모에 따라 대상 공간을 일부 점유하는 경우도 있고, 공간 전체를 구성하는 경우도 있다. 또한, 도시형 장터가 열리는 공간의 사례들을 통해 일시적으로 활용할 수 있는 잠재적 공간들을 확인할 수 있다. 개별 도시형 장터는 일시적으로 특정 공간에서 열리기 때문에 임시적이지만 동시에 각각의 주기성으로 인해 안정성을 확보하기도 하며, 대부분 토요일과 일요일인 주말에 집중적으로 열린다. 하나의 운영 주체가 한 개 이상의 장터를 운영하거나 일부 참여하기도 하며 관계

를 맺는다. 도시형 장터는 관의 개입 여부 및 정도에 따라 운영 방식 등의 차이를 보인다. 각 장터별로 판매하는 상품군을 분류해 보면, 크게 아트/수공예품, 가공식품/농산물, 중고물품 세 부분으로 구분해 볼 수 있다.

III. 도시형 장터 간의 상호관련성

개별 도시형 장터는 서로 간의 상호관련성을 가지며 하나의 큰 유기체를 형성한다. 도시형 장터 간의 관련성을 만들어내는 주요 요소들은 공간, 사람, 콘텐츠이다. 장터가 열리는 물리적 요소인 공간의 관련성, 장터를 조직하고 운영하는 운영주체, 제품을 생산하는 참여자, 도시형 장터를 방문하고 소비하는 소비자를 중심으로 한 인적 네트워크, 장터를 구성하는 콘텐츠를 중심으로 하는 관련성이 형성된다.

공간의 관련성은 시공간의 일시적 활용, 공간의 이동 및 확산, 그리고 거점 공간의 확산으로 인해 나타난다. 이처럼 도시형 장터가 열리는 공간들은 유연성을 지니는데 이는 외부요인에 대해 반응되어 변화하는 성질을 띠고, 변화된 공간은 재생산되어 새로운 가치체계를 연속적으로 생산한다(윤주희, 2011). 도시형 장터의 이동에 의한 확산과 동일한 운영 주체가 운영하는 도시형 장터의 개체 수 확장으로 인한 관련성이 있다.

인적 네트워크는 운영자 간, 참여자 간의 네트워크와 더불어 운영자-참여자-방문자의 상호보완적 관계 및 역할에 의해 형성된다. 운영자는 장터를 기획하고 구성하며, 기업이나 단체, 재단법인, 개인 등으로 다양하다. 점차 하나의 운영 주체가 운영 및 참여하는 도시형 장터의 수가 증가하고 있으며, 참여자들은 여러 장터를 움직이며 참여하여 장터 간의 관련성을 만들어 낸다. 참여자는 콘텐츠를 생산하는 사람으로서 각각의 참여자는 콘텐츠를 통해 브랜드화가 되는 경향을 보인다. 하나의 브랜드로서 여러 도시형 장터에 참여하여 운영자, 방문자, 그리고 다른 참여

자들과 상호영향을 주고받으며 판매 및 홍보를 이어나간다.

도시형 장터의 콘텐츠는 가치 지향적 제품을 판매하거나 체험해 볼 수 있다는 공통점이 있으며, 공동체적 삶의 소비문화, 우리 소비문화에 적절한 소비풍조 확산, 소비자의 소비윤리 및 책임, 환경소비윤리의 확보 등(이승신 등, 2010) 현대 도시인의 소비문화를 반영한다. 콘텐츠는 장터에 따라 하나의 테마가 부각되기도 하고, 복합적으로 나타나기도 한다.

IV. 결론

도시형 장터 간의 상호관련성은 다음과 같이 도출할 수 있다. 첫째, 도시형 장터의 확산과 거점 공간 형성에 의해 구성되는 도시형 장터의 관계망이다. 도시형 장터의 이동에 의한 공간적 확산과 동일한 운영 주체가 운영하는 도시형 장터의 개체 수 확장으로 인한 관련성이다. 둘째, 운영자의 확장성, 참여자의 이동성을 토대로 한 네트워크가 형성된다. 셋째, 유사한 콘텐츠로 인해 도시형 장터 간의 관련성이 나타난다.

또한, 본 연구를 통해 도출한 도시형 장터가 갖는 의미는 첫째, 대안적인 라이프스타일의 반영이다. 산업화 시대의 산물인 규격화 된 삶이 아닌 스스로가 원하는 일을 만들어 낸다는 점에서 대안적 삶의 추구가 나타난다. 둘째, 도시의 활력을 창출한다. 도시에서 일어나는 다양한 활동은 도시의 활기를 더한다. 물건을 사고파는 것에 더해 일시적인 이벤트로서 지역 축제 등의 성격을 띠며, 사람들이 모이는 공간이 된다. 셋째, 지역 커뮤니티 활성화에 기여이다. 부정적 인식이 있는 동네에 활기를 불어넣기 위해 인근의 아티스트들과 주민들이 모여 만든 이태원 계단장과 문래동의 예술창작촌에서 열리는 헬로우문래는 주목해 볼 만하다. 이처럼 도시형 장터는 도시 곳곳에서 새로운 경관을 만들어낸다. 또한, 참여자, 즉 개인 창작자나 소규모 농가 등의 지속가능성 확보에 기여를 하고, 소비자에게는 대안적인 라이프스타일을 제공한다. 이 점에서 의미가 있다. 도시형 장터가 일시적으로 공간을 점유하거나 도시형 장터의 활동이 농촌으로 확대되어 농촌 체험 관광 등이 이루어지는 것은 경관을 변화시키는 요인들이 되고, 이는 사회적으로도 영향을 미칠 수 있다는 점에 있어서 본 연구의 의미가 있다.

참고문헌

1. 윤주희(2011) 노마드적 관점의 유연한 공간에 관한 연구. 국민대학교 대학원 석사학위논문.
2. 이상민, 엄운진(2011) 도시 생활밀착형 공공공간 조성 방안 및 매뉴얼 개발 연구. 건축도시공간연구소.
3. 이승신, 김시월, 류미현, 노영래(2010) 소비사회와 소비문화. 도서출판 신정.

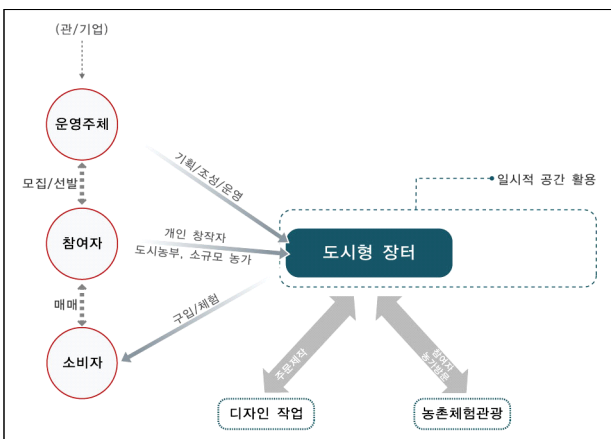


그림 1. 도시형 장터의 구조