

농촌 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별 및 주민·관광객 선호 연구

중국 허난 위천 시장을 중심으로

Dentification of Cultural Genes in Rural Marketplace Regional Lifestyle and Analysis of Resident-Tourist Preferences

A Case Study of Weichuan Market in Henan, China

주 저 자 : 유명원 (Liu, Ming Yuan) 국민대학교 테크노디자인전문대학원 공간·문화디자인학과 박사과정

교 신 저 자 : 최경란 (Choi, Kyung Ran) 국민대학교 테크노디자인전문대학원 공간·문화디자인학과 교수
ran@kookmin.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2025.2.305>

접수일 2025. 04. 25. / 심사완료일 2025. 04. 29. / 게재확정일 2025. 05. 01. / 게재일 2025. 6. 30.

Abstract

In the context of rural revitalization, rural markets function as key carriers of regional lifestyles, yet they have long been overlooked in existing research and practice. Based on field investigation of Yuchuan Market in Henan Province, this study established an identification pathway of "regional lifestyle → cultural carrier → cultural gene" through a four-stage process of "carrier identification - carrier classification - carrier decomposition - gene identification." Through participant observation and interviews, textual data was collected to derive cultural genes categorized into two major classifications (material and spiritual) and eight subcategories (space, goods, facilities, food, trade, social interaction, language, and activities). A Likert scale was designed to conduct descriptive statistics and independent sample t-tests on 188 resident questionnaires and 154 tourist questionnaires. The research findings are as follows: (1) Food genes (3.262), social interaction genes (3.258), and activity genes (3.255) constitute the core elements of market culture; (2) Tourists' evaluations of cultural genes were generally higher than those of residents, with the greatest dimensional differences observed in facility, language, and commodity genes; (3) Based on these differential characteristics, a revitalization approach is proposed that positions residents as core users and tourists as incidental users. Theoretically, this study extends the concept of cultural genes from static villages to dynamic markets, providing an integrated paradigm of "qualitative excavation + quantitative verification." Practically, the eight-dimensional cultural gene inventory and dual-circulation strategy present practical tools for the renewal, operation, and evaluation of rural markets.

Keyword

Rural Market(농촌 시장), Cultural Genes(문화 유전자), Resident-and-Tourist Preferences(주민과 관광객의 선호),

요약

농촌 활성화 배경에서 농촌 시장은 지역적 생활방식의 주요 매개체로 기능하지만, 기존 연구와 실천에서 오랫동안 간과되어 왔다. 허난성(河南省) 위천(洹川) 시장에 대한 현장조사를 바탕으로, 본 연구에서는 '매개체 식별매개체 분류매개체 분해유전자 식별'의 네 단계를 통해 '지역적 생활방식→문화 매개체→문화 유전자'라는 식별 경로를 구축하였다. 그리고 참여 관찰과 인터뷰를 통해 텍스트 자료를 수집하여 물질적, 정신적 두 가지 범주와 공간, 상품, 시설, 음식, 거래, 사교, 언어, 활동의 여덟 가지 하위 범주의 문화 유전자를 도출하였으며, 리커트 척도를 설계하여 주민 설문지 188부와 관광객 설문지 154부에 대해 기술통계 및 독립표본 t검정을 실시하였다. 분석 결과는 다음과 같다. (1) 음식 유전자(3.262), 사교 유전자(3.258), 활동 유전자(3.255)가 시장 문화의 핵심 내용을 구성한다. (2) 관광객의 문화 유전자 평가는 전반적으로 주민보다 높으며, 차이가 가장 큰 차원은 시설, 언어 및 상품 유전자이다. (3) 이러한 차이 특성을 바탕으로 주민을 핵심 사용자로, 관광객을 우발적 사용자로 설정하는 활성화 사고방식을 제안한다. 본 연구는 이론 차원에서 문화 유전자 개념을 정적인 농촌에서 동적인 시장으로 확장하여 '질적 발굴+양적 검증'의 통합 패러다임을 제공하며, 실천 차원에서는 여덟 가지 문화 유전자 목록과 이중 순환 전략을 통해 농촌 시장의 갱신, 운영, 평가를 위한 실용적 도구를 제시한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 농촌 공간 및 지역적 생활방식
- 2-2. 문화 유전자의 개념 및 활용

3. 위천 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별

- 3-1. 문화 유전자 식별 원칙 및 추출 방법
- 3-2. 매개체 식별—위천 시장의 지역적 생활방식 조사
- 3-3. 매개체 분류—외형적 매개체와 잠재적 매개체
- 3-4. 매개체 분해—지역적 생활방식의 해체
- 3-5. 위천 시장 공간의 문화 유전자 식별

4. 설문조사 및 사용자 선호 분석

- 4-1. 설문지 설계 및 배포
- 4-2. 데이터 분석 결과

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

농촌 시장은 풍부한 문화적 가치를 지니고 있으며, 지역적 생활방식의 중요한 매개체로서 해당 지역의 역사적 기억, 풍속과 관습, 언어 기호, 전형적인 지역 경제와 문화의 교류 관행을 내포하고 있기에 오랫동안 도시와 농촌 주민에게 경제 교류와 문화 교류의 플랫폼으로 기능하고 있다.¹⁾ 그리고 농촌 시장의 향토 음식, 민속 공연, 사회적 상호작용 등 문화 요소는 모두 현지 주민의 일상생활과 문화 전통에 깊이 뿌리내리고 있다.²⁾ 그러나 농촌 주민이 많은 소비 활동을 도시와 인터넷으로 이전하면서 농촌 시장은 점차 기능이 단일한 저급 소비 시장으로 진화하고 있다.³⁾ 즉, 농촌 시장 공간의 맥락이 단절의 위기에 직면해 있는 것이다.

2025년 1월, 중국은 <농촌 전면 진흥 계획(2024-2027년)>을 발표하여 농촌 지역 문화 진흥의 중요성을 강조하고 농촌 문화의 보호와 전승을 위한 정책적 지원을 제공하였다.⁴⁾ 그러나 농촌 문화 진흥 정책 및 실천 과정에서 농촌 시장은 농촌의 주요 생활 공간으

로서 충분한 주목을 받지 못하였다. 그리고 기존 관련 연구는 전통 마을, 고성(古城) 등 정적 거주 공간의 문화 유전자 식별에 집중하여 유동성과 상호작용성을 지닌 농촌 시장이란 특수 공간을 간과하였으며, 농촌 시장이 지역적 생활방식의 매개체로서 지닌 문화 유전자와 지역적 생활방식 간의 상호 구성 관계를 충분히 발굴하지 못하였다. 또한 기존 연구는 주민과 관광객이 시장 문화에 대해 가지는 인식과 선호 차이를 간과하였으며, 이를 확인하지 않고 시장을 갱신할 경우 문화의 상품화나 기능의 단일화를 초래하여 농촌 시장 문화의 진정성과 지속가능성에 부정적인 영향을 미치게 된다.⁵⁾ 이와 같은 연구 공백은 농촌문화의 보호와 발전의 편향을 초래하여 농촌 진흥 전략 내 중요한 문화 자원이 간과되고 농촌 다원적 문화 생태의 완전한 보호를 실현하기 어려운 것이다.

이러한 배경을 바탕으로 본 연구는 농촌 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별 및 사용자(주민과 관광객) 선호 연구를 통해 기존 연구의 공백을 메우고, 농촌 시장 문화 보호, 지속가능 발전을 위한 이론적 토대를 제공하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 본 연구는 다음 세 가지 핵심 문제에 집중한다.

(1) 농촌 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 계통을 어떻게 구축할 것인가?

1) Liu, H., 'Modernization of Rural Life: The Transformation of Consumption Space from the Perspective of Urban-Rural Integration', Social Science Research, 2023. 05. Vol.3, No.2, pp.124-132.

2) Tan, M., 'Markets: A New Folkloristic Perspective on Understanding Everyday Life', Folklore Studies, 2022. Vol.1, No.1, pp.33-41.

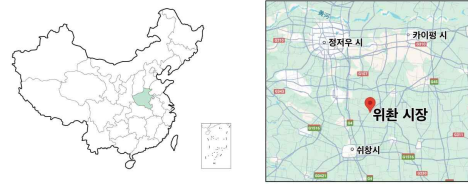
3) Xu, X., & Hu, X., 'Rural Traditional Markets Should Also Be Included in the Scope of Human Settlement Environment Improvement', Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China, 2020.07. (2025.04.02.) https://www.moa.gov.cn/xw/qg/202007/t20200723_6349184.html

4) The State Council of China, 'Rural Revitalization Plan (2024-2027)', The Central People's Government of the People's Republic of China, 2025.01.22. (2025.04.02.) https://www.gov.cn/zhengce/202501/content_7000499.html

5) 김성훈, 한재환, '소비자 인식 분석을 통한 재래시장의 활성화 방안 도출', 농촌경제, 2011. Vol.34, No.3, p.59-77.

(2) 사용자 집단(주민과 관광객)이 농촌 시장 문화 유전자에 대해 보이는 선호는 어떠한 차이가 있는가?

(3) 농촌 시장 공간 문화는 문화 유전자 및 사용자 선호를 바탕으로 어떻게 지속가능한 전승을 구현할 것인가?



[그림 1] 위천 시장 지역 위치도

1-2. 연구범위 및 방법

본 연구는 중국 허난성 위천 시장을 연구 대상으로 선정하였다. 위천 시장은 허난성 정저우(鄭州) 항공항구(航空港區) 동남부에 위치하며, 명나라부터 시작해 약 500년 이상의 역사를 지니고 있다. 정저우, 개봉(開封), 허창(許昌) 세 지역의 교차 지점에 자리해 교통이 편리하며(그림 1), 무역, 무형문화유산 미식, 문화 체험을 아우르는 종합적인 시장이다. 그리고 위천 시장은 음력 3일, 6일, 9일에 정기적으로 개장되어 지역 및 인근 주민에게 있어서 중요한 전통 시장으로 발전하였다. 최근 몇 년간 위천 시장은 셀미디어(Selfmedia) 홍보와 CCTV 보도를 통해 인지도를 높여 많은 젊은층과 관광객을 유치하였으며, 이와 동시에 현지 정부는 시장 경제 활성화를 위해 기반 시설을 정비하고 문화관광 프로젝트를 개설하였으며, 정저우시 관광협회와 협력하여 지역 문화관광 랜드마크까지 조성하였다.⁶⁾

위천 시장을 연구 대상으로 선택한 데에는 세 가지 가치가 있다. 첫째, 역사문화적 가치(500년의 역사적 축적, 중원 전통 시장 문화의 대표적인 사례). 둘째, 사용자 다양성(전통 주민과 현대 관광객이 공존하여 비교 연구의 조건 만족). 셋째, 정책 지원 배경(지방 정부가 문화관광을 적극 추진하여 연구 성과의 전환에 유리). 이러한 특징으로 인해 위천 시장은 농촌 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별 및 사용자 선호를 연구하는 데 있어 이상적인 사례가 된다(그림 1).

연구 방법 측면에서 본 연구는 질적 및 양적 연구방법을 결합한다. 문헌 연구법: 국내외 문헌을 체계적으로 검토하여 ‘향토 공간’, ‘지역적 생활방식’, ‘문화 유전자’ 등 핵심 개념 및 이론적 틀을 정립함으로써 연구의 이론적 기반을 제공한다. 참여 관찰법: 연구자가 현장 조사를 통해 관찰 및 기록을 수행함으로써 위천 시장에서 지역적 생활방식과 관련된 문화 유전자 요소를 추출하고 식별한다. 설문 조사법: 구조화된 설문지를 설계하여 시장 내 주민과 관광객 집단의 문화 유전자 선호를 측정한다. 데이터 분석법: 기술통계 분석 및 독립표본 t검정을 비롯한 양적 분석 기법을 적용하고, 질적 분석과 결합하여 문화 유전자 특성과 사용자 선호의 차이를 과학적으로 평가한다.

2. 관련 이론적 배경

2-1. 농촌 공간 및 지역적 생활방식

‘농촌 공간’은 일반적으로 농촌 지역 특성을 갖춘 공간 장소를 가리키며, 해당 지역의 자연환경과 인문적 요소가 융합되어 짙은 향토성을 드러낸다. 일부 학자들은 이를 “일정 지역 범위 내에서 인구, 토지 등 물질적 요소와 문화, 제도 등 비물질적 요소가 상호작용하여 형성된 향토성을 지닌 복합 공간 시스템”으로 정의하였고, 주민의 모든 생산, 생활 활동의 토대가 되는 매개체로 주장하였다.⁷⁾ 이러한 정의는 농촌 공간이 단순한 지리적 범주의 실제 공간을 넘어 사회적 관계와 문화적 실천의 산물임을 강조한 것이다. 따라서 농촌 공간은 농촌 집락 형태, 전원 경관, 공공 장소 등 유형적 공간과 그 안에 내재된 커뮤니티 관계 및 풍속, 의례 등 무형적 요소를 모두 포괄하며, 양자가 함께 농촌 생활의 장소적 기반을 구성하는 것이다.

6) Liang, Z., ‘More Than 300 Tourists Visit the Weichuan Market to Experience the Thousand-Year-Old Town’s Local Vibes’, Zhengzhou Airport Economy Zone Government, Henan Province, 2025.04.01, (2025.04.05.) <https://m.zzhkgq.gov.cn/2025/03-31/3488079.html>

7) Tan, L., & Chen, L., ‘The Driving Mechanism and Path Analysis of the Coupling Development of Rural Spatial Reconstruction and Land Use Transformation’, Journal of Natural Resources, 2022. 07. Vol. 37, No.7, pp.1829–1847.

‘지역적 생활방식’은 특정 지역 사람들이 형성한 독특한 생활 방식과 행동 방식을 의미하며, 유형적인 물질 생활 차원과 무형적인 정신문화 차원이 포함된다. 넓은 의미에서 생활 방식은 노동 형태, 가족 구성, 정치 및 종교 신앙, 정신적 가치 추구, 소비 패턴 등 인간의 생존 및 생활과 관련된 모든 측면을 포괄한다. 좁은 의미에서 생활 방식은 주로 일상적 의식주행(衣食住行)과 여가 활동을 의미한다.⁸⁾ 지역적 생활방식에 있어서, 서로 다른 자연지리 환경과 문화 전통은 뚜렷한 지역적 특성을 지닌 다양한 생활 방식을 형성한다. 예를 들어, 물질적 생활 차원에서는 현지 주민의 생산 방식(농경, 어로 등), 식습관과 주거 습관, 전통 민가 및 마을 배치 등으로 나타나며, 정신적 생활 차원에서는 향토적 풍속, 종교 신앙, 가치관, 민속 예술 및 축제 활동 등으로 구현된다.⁹⁾ 간단히 말하자면, 지역적 생활방식은 특정 공간 환경과 집단의 장기적 상호작용을 통해 형성된 생활 습관과 문화적 양상이 종합적으로 반영된 것으로서, 지역사회의 물질적 생산, 생활 실천 및 그 이면의 정신문화적 함의들이 모두 포함된다.

농촌 경제 활동의 중요한 거점으로서 전통 농촌 시장은 전형적인 향토적 공간으로, 풍부한 지역적 생활방식을 나타내고 있다. 이곳은 물질적 교환의 장일 뿐만 아니라 사회문화적 상호작용의 플랫폼으로 기능하며, 특정 지역의 생활 습관과 문화적 특성을 집약적으로 나타내고 있다.

2-2. 문화 유전자의 개념 및 활용

20세기 중반, 미국 학자 Alfred L. Kroeber와 Clyde Kluckhohn은 유전자의 개념에 착안하여 최초로 ‘문화 유전자’ 가설을 제기하였다.¹⁰⁾ 1976년 Oxford University의 Richard Dawkins는 <The Selfish Gene>을 출간하였으며 문화 유전자를 문화 ‘유전’의 기본 단위로 정의하였고, 문화 유전자가 문화의 전승 및 발전 과정에서 ‘유전’과 ‘변이’를 구현하는 매개체로,

생물학적 유전자와 유사한 특성을 지닌다고 주장하였다. 해당 주장은 문화 유전자라는 개념을 사회과학 연구 범주로 확장하였다.¹¹⁾ 그리고 Daniel Clement Dennett은 문화 유전자에 인간의 사고처럼 세대 간 전파 능력, 즉 유전성, 변이성, 선택성이 존재한다고 주장하였다.¹²⁾ 여기서 유전성은 문화 유전자가 전승되어 높은 유사성을 유지하는 특성을 가리키고, 변이성은 정보 전달 과정에서 일부 요소가 누락되거나 추가되는 현상을 의미하며, 선택성은 사회에서 특정 문화 유전자가 우선적으로 확산되는 능력을 의미한다.

21세기에 접어들면서 ‘문화 유전자’ 개념은 중국 학자의 연구 범주에 나타나기 시작하였다.¹³⁾ 중국 학자들은 문화 유전자의 정의에 대해 더욱 심도 있게 논의하였는데, 려우창린(刘昌林)은 “문화 시스템은 사회 시스템의 유기적 구성 요소로서 고유한 유전자를 지니며, 이를 문화 유전자라고 부를 수 있다. 문화 유전자는 한 민족의 문화와 역사에 심대한 영향을 미치는 심리적 기반이자 사고방식이다”라고 주장하였다.¹⁴⁾ 려우페린(刘培林)은 해당 개념을 인문지리학과 결합하여 ‘문화 경관유전자’ 개념을 제기하였고, 문화경관유전자 식별의 네 가지 기본 원칙인 ‘내재적 유일성, 외재적 유일성, 국소적 유일성, 전체 우위성’을 처음으로 제시하였다.¹⁵⁾ 전반적으로 봤을 때, 문화 유전자 이론의 개념과 방법론은 오랜 발전과 보완을 거쳐 현재 견고한 이론적 토대와 다분야에 걸친 실천 경험을 확보하고 있어, 농촌 지역 문화 특성을 심층적으로 발굴하고 현대 농촌 공간 갱신을 지도하기 위한 중요한 이론적 기반을 제공하고 있다.

8) Song, L., ‘A Brief Analysis of the Relationship between Lifestyle and Design’, Art Education, 2018. 05. Vol.5, No.5, pp.37–40.

9) Pan, Z., et al., ‘The Vernacular Cultural Landscape in Traditional Villages: Global Hotspots, Emerging Trends, and a Case Study of China’s Qilu Cultural District’, Frontiers in Earth Science, 2024. 06. Vol.12, No.2, p.1511292.

10) Shennan, S., ‘Genes, Memes, and Human History: Darwinian Archaeology and Cultural Evolution’, Thames & Hudson, 2002. 05. pp.1–304.

11) Stent, G. S., ‘You Can Take the Ethics out of Altruism but You Can’t Take the Altruism out of Ethics’, The Hastings Center Report, 1977. 06. Vol.7, No.6, pp.33–36.

12) Dennett, D. C., ‘The Evolution of Culture’, The Monist, 2001. 09. Vol.84, No.3, pp.305–324.

13) Dai, L., et al., ‘Qualitative Analysis of Residents’ Perceptions of Tourism Impacts on Historic Districts: A Case Study of Nanluoguxiang in Beijing, China’, Journal of Asian Architecture and Building Engineering, 2017. 03. Vol.16, No.1, pp.107–114.

14) Liu, C., ‘Chinese Systematic Thinking’, Social Sciences Academic Press, 1990. 04. pp.1–8.

15) Liu, P., ‘The Theory of “Landscape Information Chain” and Its Application in the Planning of Cultural Tourism Destinations’, Economic Geography, 2008. 06. Vol.28, No.6, pp.1035–1039.

최근 학자들은 문화 유전자 이론을 기반으로 비교적 체계적이고 통합적인 문화 유전자 식별 및 분석 방법을 형성하였으며, 이는 농촌 문화경관의 실천 연구에서 뚜렷한 우세와 가치를 나타내고 있다. [표 1]은 몇몇 대표적 학자들의 연구 성과를 정리한 것으로, 문화 유전자 이론이 서로 다른 공간과 문화 매개체에서 적용되는 특징을 보여준다.

[표 1] 문화 유전자 이론의 연구

연구자	연구대상	문화 유전자 분류 방식	문화 유전자 내용
Liu 등 ¹⁶⁾	린푸촌 (林埔村)	물질적 문화 유전자 및 비물질적 문화 유전자	물질적 문화 유전자: 전반적인 배치, 건축 특징, 환경 특성. 비물질적 문화 유전자: 지역 문화, 풍습 활동, 전통 공예.
Wang 등 ¹⁷⁾	시먼촌 (西门村)	물질적 경관 유전자 및 비물질적 경관 유전자	물질적 경관 유전자: 환경 요소, 공간 배치, 전통 건축. 비물질적 경관 유전자: 신앙 문화, 종족 문화, 역사적 기억, 전통 기예. 문화 유전자 식별 결과: 환경 유전자, 레이어 유전자, 건축 유전자, 문화 유전자.
Jiang & Liu ¹⁸⁾	장저우 (漳州) 고성	유형 유전자 및 무형 유전자	유형 유전자: 장소 배치, 건축 특징. 무형 유전자: 문화 풍습.
Fan 등 ¹⁹⁾	구이저우 (贵州) 핑샹시 (凤翔市) 토가족촌	물질적 문화 유전자 및 비물질적 문화 유전자	물질적 문화 유전자: 전통 민가, 공공 건축물, 교통 시설, 생산 및 생활 용품, 문자 기호 등. 비물질적 문화 유전자: 박마무(拍马舞) 등 전통 활동, 나희(傩戏, 희곡의 일종) 문화, 종교 제사 연극 등.
Yang 등 ²⁰⁾	하얼빈 중양대 가	거시적 유전자 및 미시적 유전자	거시적 유전자: 문화적 위치 유전자, 거리 형태 유전자, 거리 교통 유전자. 미시적 유전자: 거리 건축 유전자, 특색 활동 유전자, 거리 경관 유전자, 거리 지점 유전자

16) Liu, S., et al., 'Revitalizing Rural Landscapes: Applying Cultural Landscape Gene Theory for Sustainable Spatial Planning in Linpu Village', Buildings, 2024. 08. Vol.14, No.8, p.2396.

[표 1]을 통해 알 수 있듯이, 연구 대상은 다르지만 대부분의 학자들이 문화 유전자를 물질적 유전자와 비물질적 유전자 두 분류로 구분하였고, 연구 대상 특성에 따라 다양한 인자로 세분화하였다. 이러한 연구들은 문화 유전자 이론이 높은 적응성과 설명력을 지니고 있음을 보여주며, 본 연구의 농촌 시장 공간 지역적 생활방식 문화 유전자 식별에 대한 방법론적 참고를 제공한다.

비록 문화 유전자 이론이 농촌 연구에서 일정한 성과를 이루었지만, 세 가지 측면에서 한계가 존재한다. 첫째, 연구들은 주로 전통 마을이나 고성 등 정적 거주 공간에 집중되어 있으며, 유동성과 상호작용성을 지닌 특수 공간인 농촌 시장을 간과하고 있다. 둘째, 지역적 생활방식과 문화 유전자 간의 상호 구성 관계를 충분히 탐구하지 못하였으며, 특히 위천 시장과 같은 깊은 역사문화적 토대를 지닌 특색 시장에 대한 연구에서 해당 한계가 뚜렷한 것이다. 셋째, 대부분 단일 연구자 관점에서 문화 유전자를 식별하여, 주민과 관광객 등 상이한 사용자 집단의 문화 유전자 선호 차이에 대한 주목이 부족하다. 이를 바탕으로 본 연구는 농촌 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별과 사용자(주민과 관광객)의 선호 연구에 초점을 맞추어, 농촌 시장의 문화 보호 및 지속가능 발전을 위한 이론적 토대를 제공하고자 한다.

17) Wang, W., Shi, Q., & Wang, G., 'Analysis of Performance and Genetic Characteristics of Cultural Landscapes in Traditional Villages along the Jinzhong Section of the Wanli Tea Road from a Landscape Gene Information Chain Perspective: A Case Study of Xiamen Village', Sustainability, 2024. 09. Vol.16, No.18, pp.8131.

18) Jiang, S., & Liu, J., 'Comparative Study of Cultural Landscape Perception in Historic Districts from the Perspectives of Tourists and Residents', Land, 2024. 03. Vol.13, No.3, p.353.

19) Fan, J., Zheng, B., Zhang, B., Huang, Z., & Liu, J., 'Research on the Revitalization Path of Ethnic Villages Based on the Inheritance of Spatial Cultural Genes—Taking Tujia Village of Feng Xiang Xi in Guizhou Province as a Case Study', Sustainability, 2023. 02. Vol.15, No.2, p.1303

20) Ye, Y., et al., 'The Identification of Cultural Genes in Historic Districts and Their Influences on Cultural Perception—Case Study in Central Street in Harbin, China', Journal of Asian Architecture and Building Engineering, 2024. 04. Vol.23, No.2, p.117.

3. 위천 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별

3-1. 문화 유전자 식별 원칙 및 추출 방법

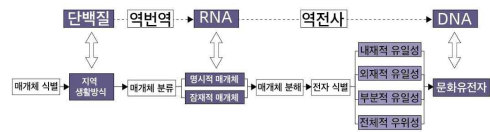
본 연구는 유전공학이란 생명공학기법을 차용하여 문화 유전자를 식별하였으며, ‘지역적 생활방식—문화 매개체—문화 유전자’의 식별 경로를 구축하였다.²¹⁾ 생물학에서는 단백질을 역변역하여 RNA를 획득하고, 이어서 역전사를 통해 DNA를 합성한다. 본 논문은 타 이리강(台立綱) 등 학자들이 제안한 ‘제품 사례—원리 해석—생명 유전자’ 역전사 추출 방법²²⁾과 해당 방법에 대한 Li²³⁾ 및 Che²⁴⁾의 성공적인 연구 활용을 바탕으로, 그림 2와 같이 체계화된 문화 유전자 식별 방법을 설계하였다. 이 방법은 전체 과정을 네 가지 핵심 단계(매개체 식별—매개체 분류—매개체 분해—유전자 식별)로 구분한다. 그리고 유전자 식별 단계에서는 분해된 매개체 요소를 네 가지 기본 원칙에 따라 선별하여 핵심 문화 유전자를 추출한다. 내재적 유일성: 해당 문화 요소는 위천 시장에서 독특성을 지니며 시장 문화의 특성을 구성하는 핵심 요소가 되어야 한다. 외재적 유일성: 해당 문화 요소는 타 지역 유사 시장과 구별되어 위천 시장의 지역적 특색을 반영해야 한다. 국소적 유일성: 특정 영역 또는 기능에서 독특한 가치를 발휘해야 한다. 전체 우위성: 해당 문화 요소는 전체 시장 문화 경관에서 주도적 위치를 차지해야 한다[그림 2].

21) Wang, X., Liu, F., & Shao, J., ‘Extraction of Cultural Genes in Historic Districts and the Construction of a Gene Bank’, Journal of Chongqing University of Science and Technology (Social Sciences Edition), 2014. 05. Vol.14, No.5, pp.102–106.

22) Tai, L., & Zhong, T., ‘Research on Product Instance Populations and Product Genes’, Journal of Shanghai Jiao Tong University, 2007. 09. Vol.15, No. 9, pp.1465–1469.

23) Li, Y., et al., ‘Extraction and Visualization of Cultural Genes in Famous Historical and Cultural Towns—A Case Study of Jinggang Ancient Town’, Journal of Chinese Historical Geography, 2023. 03. Vol.138, No.3, pp.60–68.

24) Che, Z., You, Z., & Li, T., ‘Analysis and Inheritance of Cultural Genes in Public Cultural Spaces of Famous Historical and Cultural Cities—A Case Study of Jianshui, Yunnan’, Famous Chinese Cities, 2024. 07. Vol.38, No.7, pp.85–92.



[그림 2] 문화 유전자 식별 방법

3-2. 매개체 식별—위천 시장의 지역적 생활방식 조사

3-2-1. 조사 방법 및 과정

제2장에서 농촌 공간, 지역적 생활방식 및 문화 유전자 이론을 체계적으로 검토한 것을 바탕으로, 본 장에서는 위천 시장에 대한 현장 조사를 통해 지역적 생활방식을 식별하고 문화 유전자 계통을 구성한다.

연구는 2025년 음력 2월 13일부터 26일까지 위천 시장에서 다섯 차례의 현장 조사를 실시하였다. 조사 시간은 오전 8시부터 오후 4시까지로, 시장의 다양한 시간대에 나타나는 생활방식 특성을 전면적으로 파악하기 위해 설정되었다.

첫째, 참여 관찰을 통해 시장 현장에 진입하였다. 연구자는 일반 고객 신분으로 시장 활동에 참여하여 농산물 구매, 특산 음식 시식, 상인과의 교류 등 다양한 영역에서 소비 경험을 수행하였다. 관찰 과정에서 연구팀은 고화질 카메라 시스템을 사용하여 시장의 공간 배치, 상품 진열, 거래 과정 및 사용자 상호작용 장면을 기록하였으며, 동시에 그림 3에 위천 시장의 공간 배치도를 작성하였다.

둘째, 연구자는 시장 내 여러 구역에서 참여자를 무작위로 선정하여 간단한 대화를 진행하였으며, 총 42명의 참여자를 인터뷰하였다. 이 중 15명은 현지 상인, 18명은 지역 주민, 9명은 외부 관광객이었다. 인터뷰는 시장 사용 습관, 공간 경험, 시장 향후 발전에 대한 기대 등을 주제로 편안하고 자연스러운 대화 방식으로 진행되었으며, 각 인터뷰 소요 시간은 약 5~10분이었다. 모든 인터뷰 내용은 대상자의 동의를 받은 후 현장 필기와 일부 녹음 자료로 기록되었으며, 이는 지역적 생활방식 정리에 풍부한 1차 자료를 제공하였다[그림 3].



[그림 3] 위천 시장의 공간 배치

3-2-2. 위천 시장 지역적 생활방식 내용 분석

제2장 문헌 고찰에서 논의된 지역적 생활방식 이론을 기반으로, 본 연구는 물질적 생활과 정신적 생활의 이원 분류 방식을 채택하여 위천 시장의 지역적 생활방식을 외형적 층위와 잠재적 층위로 구분하였다. 참여 관찰, 심층 인터뷰 및 영상 자료의 종합적 통합을 통해 위천 시장이 담고 있는 지역적 생활방식을 지역 특색 음식, 공간 경관, 축제 활동 및 공연, 거래 형태, 토착 방언, 상품 종류, 노점 시설 및 도구, 사회적 상호작용 등 여덟 가지 범주로 구분하였다. 이어지는 연구에서는 위천 시장 지역적 생활방식의 구체적 표현과 그 문화적 의미를 제시한다.

지역 특색 음식

연구자는 물입형 현장 조사와 시식을 통해 위천 시장의 3대 무형문화유산 음식인 위천 장우육(중국식 장조림), 위천 두부, 위천 귀귀이(밀가루 떡)와 깨장 휘이면(烩面, 차오량편(묵볶음), 성젠바오(중국식 만두의 일종) 등 다양한 지방 특색 간식을 확인하였다. 인터뷰에서 두부 상인 이 사부는 “위천 두부는 질감이 단단해 갈고리로도 걸 수 있다. 이 한 덩어리만 먹어도 한 끼를 든든히 채울 수 있다. 우리 동네 사람들은 허식보다 실속을 중시한다”라고 말하였다. 현장 관찰에서도 유사한 특성이 드러났다. 음식 구역에서 갓 구워낸 귀귀이는 즉시 관광객에게 모두 판매되었으며 “한 개만 사도 반으로 쪼개져 한 사람이 다 먹기 어렵다”는 광경이 빈번히 목격되었다. 깨장 휘이면이 나올 때는 국물이 걸쭉하고 풍미가 강하였다. 상인은 그릇에서 넘치면 국물을 개워치 않았고, 손님들은 대나무 고치를 이용해 국물을 찍어 먹으며 ‘포만감’을 충분히 만족시켰다. 이러한 질적 자료를 바탕으로 세 가지 문화적 의미를 도출할 수 있다. 첫째, 핵심 음식과 대다수 간식이 밀가루 음식으로 구성되어, 허난성 소맥 농업 전통의

‘현지 식재료 중심’ 문화를 반영한다. 둘째, ‘실속 중시, 허식 배제’의 식문화는 역사적 기근과 전란이 만든 물질적 실용주의에서 비롯되었으며, 동시에 충분한 양과 본연의 맛에 대한 집단적 추구를 보여준다. 셋째, 줄을 서서 ‘어릴 적 맛’을 회상하는 단골손님과 신규 방문객의 모습은 이 음식들이 단순한 식재료를 넘어 향수와 문화적 정체성을 담은 ‘미각적 기억’이 되었음을 시사한다[그림 4].



[그림 4] 지역 특색 음식

공간 경관

연구자는 현장 조사에서 위천 시장의 공간 배치가 임의적으로 배열된 것이 아니라 관리 수요와 지역적 생활 습관에 기반해 정교하게 계획되었음을 발견하였다. 의류 구역은 출입구에 위치하며 수선 서비스를 병행 제공하고, 음식 구역은 핵심 공간이자 가장 넓은 면적을 차지해 ‘음식 광장’을 형성한다. 채소와 과일 구역은 음식 구역과 인접하여 계절 농산물을 판매하며, 가금류 구역은 시장 가장자리에 배치해 살아있는 가금류와 어류 및 반려동물 거래를 운영한다. 68세 왕씨 아저씨는 “예전에는 음식 노점이 동쪽 구역에 있어 식사 후 다시 멀리 돌아가야 했으나, 지금은 중앙으로 옮겨 식사를 마친 뒤 곧장 구경할 수 있고, 의자에 앉아 햇볕을 쬐 수도 있으니 정말 편리하다”고 회고하였다. 그리고 현장 관찰에서는 일가족 3대가 음식 구역 중앙에 모여 식사하고, 아이들이 빈 공간에서 뛰놀며, 어르신들이 자리에서 담소를 나누는 모습을 기록하였다. 이러한 ‘음식 중심’의 장소는 소비 동선을 최적화할 뿐만 아니라 시장의 거래 기능과 휴식 기능을 유기적으로 결합해 전통 민가의 ‘난로를 둘러싼 거주’ 개념을 반영한다. 이는 중원 지역의 ‘백성은 식량을 하늘로 여긴다’는 문화 가치를 충분히 드러내며, 음식이 물질적 욕구 충족을 넘어 커뮤니티의 상호작용과 정체성 인식의 중요한 매개체가 됨을 보여준다. 또한, 농촌의 공공장소가 경제적 및 사교적 이중 속성을 실현한 실천을 보여

준다[그림 5].



[그림 5] 시장의 공간 경관

축제 활동 및 공연

연구자는 현장 조사 과정에서 사오빙(밀가루 화로구이) 노점상인을 방문하여, 위천 시장이 자체적으로 민속 공연을 조직하지 않지만 인근 축제와 긴밀히 연계되어 있음을 확인하였다. 예를 들어, 청나라 건륭(乾隆) 시기부터 전승된 송창(宋庄)의 ‘저우거’ 공연과 사자춤, 용등놀이 등 전통 민속 행사 등이 주기적으로 개최되고 있다. 지역 문화관광 부서 직원과의 인터뷰에서는 “우리는 시장, 남문, 성황묘를 하나의 문화 동선으로 연결하였다. 관광객은 먼저 시장을 구경한 뒤 공연을 관람하고, 마지막으로 사당에서 기원을 드리며 위천의 다양한 면모를 체험할 수 있다”고 설명하였다. 이와 같은 공간 연계 전략은 시장의 문화적 분위기를 증강하는 동시에, 위천 지역적 생활방식에서 상거래, 문화, 신앙 활동이 유기적으로 융합된 양상을 효과적으로 보여줄 수 있다. 즉, 시장은 물질적 교환의 장소로, 남문은 문화적 감상의 공간으로, 성황묘는 정신적 신앙의 중심으로 기능하며, 이 세 요소가 지역 주민의 일상생활에서 물질적 및 정신적 생활을 상호 보완하는 완전한 지역 문화 생태계를 형성한다[그림 6].



[그림 6] 위천 시장의 축제 활동 및 공연

거래 방식

연구자는 현장 조사에서 위천 시장의 거래 활동이 일반적인 매매 행위를 넘어 지역 사회 관계의 구체적 축소판임을 확인하였다. 거래 양측은 빠른 합의 후 즉시 거래를 완성하기보다는 ‘호가 제시→흥정→양보→거래 성사→이익 양도’의 완전한 과정을 거친다. 노점상 장씨 아저씨는 “장사할 때는 계산을 너무 간간하게 하면 안 돼, 여지를 남겨야 손님이 다시 오지”라고 말하였다. 이 인터뷰는 ‘우수리를 떼다와 ‘다터우’(소량의 상품을 덩으로 제공하는)의 문화적 의미를 드러낸다. 이는 단순한 상술이 아니라 신뢰 구축의 다리 역할을 한다. 또한 ‘지인 할인’ 현상이 두드러지는데, 단골 고객은 더 많은 양보나 추가 선물을 받으며 장기적 관계를 유지하는 핵심 메커니즘이 된다. 이러한 거래 문화는 물품과 금전의 교환을 넘어 표면적으로 ‘계산’하는 경제 활동 이면에 인간관계의 의존적 네트워크와 지역 생활의 지혜가 숨겨져 있음을 보여준다[그림 7].



[그림 7] 위천 시장의 거래 방식

지역 방언

현장 조사 결과, 위천 시장에서는 허난 방언이 주요 소통 수단으로 활용되었다. 상인들은 “애, 이 채소는 방금 밭에서 뽑아 왔어, 뿌리에 아직 흙이 묻어 있지”와 같은 토박이 억양의 외침으로 고객을 끌어들이며, “만능 접착제, 만능 만능, 뭐든 붙여” 등 홍보 구호를 구사해 독특한 음향 경관을 만들어 냈다. 흥정 단계에서는 ‘니얼(어린 여자)’, ‘사오즈(형수님)’, ‘따예(아저씨)’ 등 방언 애칭을 사용해 거래 당사자 간 정서적 거리를 좁히고 있다. 한 노인은 “어떤 식재료 이름은 오직 방언으로만 제대로 부를 수 있어서, 표준어로는 설명이 안 돼”라고 지적하였다. 예를 들어, 고수를 ‘연수이(芫荽)’라고 부르는 현지 명칭이 그렇다. 즉, 일부 방언은 전통 상품명을 유지하고 역사적 기억을 전승하는 기능을 갖고 있는 것이다. 더 나아가 “억양만 들어도 이 사

람이 현지인인지 외지인인지 알 수 있다”는 상인의 언급에서 알 수 있듯이, 방언은 단순한 의사소통 도구를 넘어 정체성과 사회적 지위를 드러내는 신호로 기능한다. 이는 위천 시장이 다문화가 교차하는 공간으로서 갖는 사회적 의미를 부각시킨다.

상품 종류

체계적인 관찰과 인터뷰를 통해 연구자는 위천 시장의 상품 구조가 다양성이 높고, 지역 특성을 지니고 있음을 확인하였다. 한편으로, 현지 제철 농산물 및 과수 묘목(포도, 복숭아, 체리 등)이 음력 2월을 전후로 시장에 대거 입하되며, 청명 전후 제사 용품이 늘어나 상품 공급이 계절 축제와 긴밀히 연계됨을 보여준다. 다른 한편으로, 전통 공예품(목제 팔찌, 고대 화폐, 고서)과 일상 생활용품(솥, 그릇, 농기구 등)이 메인 통로의 핵심 위치에 나란히 배치되어 주민의 기본 생활 수요를 충족시키며, 시장 가장자리에는 문방구, 점복 용품 등 여가 상품과 의류 수선, 한방 안마, 점복 등 전통 서비스 업태가 집중적으로 전시되어 ‘실용-여가’로 이어지는 공간적 계단 현상을 형성한다. 인터뷰에서 손수 밀방망이를 제작하는 장인은 “밀방망이는 모두 현지 복숭아나무나 단향목으로 만든다. 현지 목재가 아니면 본토의 맛을 살릴 수 없다”고 강조하였다. 또한 많은 관광객이 ‘여름 적에만 보던’ 전통 미용 서비스를 체험하기 위해 위천 시장을 찾는데, 이는 이러한 상품과 서비스가 단순한 소비 기능을 넘어 ‘땅에 뿌리내린’ 문화적 정체성과 향수의 기억을 담고 있음을 보여준다[그림 8].



[그림 8] 위천 시장의 상품 종류

노점 시설 및 도구

위천 시장의 노점 시설은 매우 다양하며, 연구자는 네 가지 주요 형태를 식별하였다. 간이 노점: 목제 골격이나 플라스틱 천막으로 설치된 임시 노점(의류, 모자 등 상품 판매). 전문 전시대: 기능 요구에 맞춰 맞

춤 제작된 전시대(주로 특색 음식 판매). 이동 판매 플랫폼: 삼륜차나 소형 화물차를 개조한 판매대(현지 양조한 주류의 이동 판매). 지면 노점: 바닥에 직접 펼친 노점(농기구, 냄비, 그릇 등 일상용품). 그중 이동 판매 플랫폼은 영업 범위의 유연성을 높이는 동시에 중원 농촌의 ‘마을을 돌며 파는’ 노점 문화 전통을 계승한 것이다. 계량 도구 측면에서는 전통 막대 저울이 보존돼 있다. 이 저울은 내구성이 뛰어나고 수리가 용이해 상인들이 보편적으로 선호하는 것이다. “이 막대 저울은 도시에서 보기 힘들데, 우리 지역에는 전문 기술자가 수리해준다. 이것도 하나의 기술이다”라고 한 상인이 말하였다. 그리고 거래 방식은 현금과 모바일 결제가 병행된다. 젊은 상인들은 주로 바코드 결제를 수용하는 반면, 일부 노년층 상인은 “현찰을 봐야 돈 벌었다는 느낌이 든다”며 현금 거래를 고수한다. 이러한 현상은 위천 시장이 현대적 편의 기술을 적용하면서도 지역 전통 거래 방식과 정서적 질서에 뿌리박고 있음을 보여준다[그림 9].



[그림 9] 위천 시장의 노점 시설 및 도구

사회적 상호작용

현장 관찰 결과, 위천 시장은 단순한 경제 거래 공간을 넘어 중요한 사교의 장으로 기능한다. 연구자는 주요 상호작용 유형을 세 가지로 구분하였다. 첫째, 지역 주민들이 시장에서 우연히 만나 대화를 진행한다. 둘째, 상인들이 서로 노점을 돌봐주거나 도구를 빌려주고, 시장 정보와 경험을 공유한다. 셋째, 단골 손님과 고정 상인 간 형성된 안정적인 사교 관계. 장이 끝난 후에도 많은 노점상들이 남아 카드놀이 등으로 여가를 즐긴다. 76세 한 지역 주민은 “장에 가는 것은 단지 물건을 사기 위해서가 아니라, 아는 사람을 만나기 위해서다. 가끔은 아무것도 안 사고 둘러보며 옛 친구들과 수다 떠는 것이 전부”라고 언급하였다. 또한, 연구자는 실내의 작은 광장 구역에서 10여 명의 노인들이 모여 일상 근황을 나누는 ‘노인 커뮤니티 구역’이 있다

는 것을 확인하였다. 이러한 사고 활동 양상은 중국 농촌의 ‘아는 사람 사회’ 전통과 일치하며, 제한된 정보 채널 속에서 시장이 주민들의 정보 획득, 대인 관계 유지, 커뮤니티 정체성 강화의 핵심 플랫폼 역할을 수행함을 보여준다(그림 10).



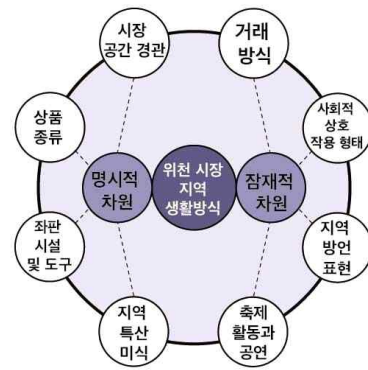
[그림 10] 위천 시장의 사회적 상호작용

위천 시장의 지역적 생활방식에 대한 체계적인 조사와 분석을 통해, 본 연구는 여덟 가지 핵심 지역적 생활방식 요소를 식별하였으며, 이들 요소가 함께 위천 시장 고유의 공간 문화 경관을 구성한다.

3-3. 매개체 분류-외형적 매개체와 잠재적 매개체

제2장에서 문헌 고찰을 통해 제시된 물질적 생활 층위와 정신적 생활 층위를 이론적 기반으로, 본 연구는 문화 매개체를 체계적으로 분류하였다. 위천 시장의 구체적인 특성을 반영하여, 식별된 지역적 생활방식 매개체를 외형적 매개체와 잠재적 매개체의 두 범주로 구분하였다. 이들 범주의 구분 기준은 세 가지 핵심 요소를 포함한다. 첫째, 인지 가능성. 즉, 해당 문화 요소를 감각을 통해 직접 관찰 및 인지할 수 있는지? 둘째, 물질 의존성. 즉, 특정 물질적 매개체에 의존하여 존재하는지? 셋째, 시공간적 안정성. 즉, 시간과 공간에 걸쳐 지속성과 안정성을 유지하는지? 연구팀은 이 세 차원을 종합 평가하여 위천 시장의 여덟 가지 지역적 생활방식 매개체를 체계적으로 분류하였다.

외형적 매개체는 명확한 물질적 형태를 지니며 직접 관찰과 인지가 가능하고, 상대적으로 안정적인 시공간 특성을 가지는 문화 요소를 의미한다. 반면, 잠재적 매개체는 독립적인 물질적 형태가 없어 행동 관찰과 심층적 소통을 통해서만 이해할 수 있으며, 시공간 변동성이 큰 문화 요소를 가리킨다(그림 11).



[그림 11] 위천 시장이 담고 있는 지역적 생활방식 분류

3-4. 매개체 분해-지역적 생활방식의 해체

매개체 분해는 이미 분류된 외형적 및 잠재적 매개체를 세분화하고 분석하여 내부 구성과 기능 원리를 규명함으로써 문화 유전자 추출을 위한 보다 정밀한 기초를 제공하는 과정이다. 본 연구에서는 ‘기능과 원리+구조’ 해체 방법을 적용하여 위천 시장의 여덟 가지 지역적 생활방식 매개체를 체계적으로 분해하였다 [표2].

[표 2] 위천 시장 지역적 생활방식 구조

매개체 유형	지역적 생활방식	기능과 원리	구조
외형적 매개체	공간 경관	시장 문화의 원생 환경	공간 배치 및 환경 품모
	상품 종류	거래의 핵심 대상	농림산물, 전통 문화 상품, 생활용품, 서비스 업태
	노점 시설 및 도구	자원 유통 및 문화 전승의 매개체	노점 형태, 거래 도구
	지역 특색 음식	지역 음식 문화의 표현	전통 식재료, 제작 방법, 식품 형태
잠재적 매개체	거래 방식	시장 거래의 규범	가격 제시, 흥정 절차
	사회적 상호작용	시장의 사회적 기능 구현	사고 형태, 사고 공간
	지역 방언	지역 문화의 언어적 매개체	방언 어휘, 억양 특징
	축제 활동 및 공연	집단 문화의 표현 및 의식 기억	전통 공연, 축제 활동, 조직 방식

이러한 ‘기능과 원리+구조’ 해체 방법을 통해 연구는 각 매개체 유형의 내재적 논리와 조직 원리를 규명하고, 각 매개체를 구성하는 핵심 요소를 식별하여 다음 단계 문화 유전자 식별을 위한 보다 정밀한 분석 기반을 마련하였다.

3-5. 위천 시장 공간의 문화 유전자 식별

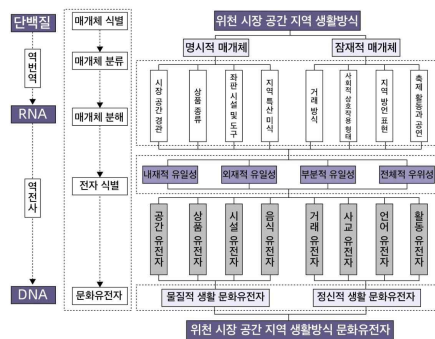
위천 시장 지역적 생활방식 매개체 분해를 기반으로, 본 절에서는 문화 유전자 식별 원칙을 적용하여 해체된 매개체 요소 중 핵심 문화 유전자를 추출한다. 현장 조사와 심층 인터뷰를 통해 수집된 질적 자료를 바탕으로 연구자는 내재적 유일성, 외재적 유일성, 국소적 유일성, 전체 우위성 등 네 가지 원칙에 따른 체계적 분석을 수행하여 위천 시장의 문화적 특성을 구성하는 핵심 유전자를 식별하였다.

연구자는 해체된 매개체 요소를 네 가지 차원에서 심층적으로 분석하여 문화 유전자 특성을 평가하였다. 내재적 유일성: 인터뷰 분석을 통해 시장 내부에서의 광범위한 인지도를 확인하였다. 예를 들어, 다수의 상인과 고객이 ‘회(回)자형 음식 광장’이 위천 시장의 가장 독특한 공간 특성이라고 일관되게 언급하여 내재적 유일성을 입증하였다. 외재적 유일성: 인접 시장과의 비교 조사를 통해 지역적 차별성을 확인하였다. 현장 조사 결과, 위천 시장의 ‘우수리를 떼다’와 ‘다터우’ 거래 전통이 주변 시장과 비교했을 때, 뚜렷한 특징으로 관찰되어 외재적 유일성을 보여주었다. 국소적 유일성: 기능 분석을 통해 특정 환경 내에서의 핵심 역할을 평가하였다. 인터뷰에서 ‘노인 커뮤니티 구역’이 시장의 사회적 기능에서 중요한 위치를 차지하는 것으로 확인되어 국소적 유일성이 드러났다. 전체 우위성: 체계적 분석을 통해 전체 문화 지형에 대한 영향력을 확인하였다. 연구 결과, 위천 특색 음식이 시장 공간 배치와 사회 활동에 미치는 심오한 영향이 밝혀져 전체 우위성을 반영하였다. 이러한 원칙을 종합적으로 적용하여 연구팀은 위천 시장의 지역적 생활방식에서 핵심 문화 유전자를 도출하였으며, 이를 공간 유전자, 상품 유전자, 시설 유전자, 음식 유전자, 거래 유전자, 사고 유전자, 언어 유전자, 활동 유전자의 여덟 범주로 정리하였다. 마지막으로 물질적 생활 문화 유전자와 정신적 생활 문화 유전자의 두 범주에 따라 위천 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자 체계를 완성하였다[표3].

[표 3] 위천 시장 고유 지역적 생활방식 문화 유전자 계통

위천 시장 공간의 지역적 생활방식 문화 유전자	
물질적 생활 유전자	
공간 유전자	들판 풍경, 적벽돌 포장도로, 회자형 미식 광장, 깃발 광고판.
상품 유전자	묘목, 고대 화폐, 고서, 껌런, 살아 있는 닭과 오리, 점복 및 점술, 열후(二胡) 악기, 현장에서 제작된 밀방망이, 한방 마사지, 복숭아나무 의자, 농기구.
시설 유전자	전통 막대자울, 전통 목제 긴 의자, 노점 가판대.
음식 유전자	회족(回族) 양념 소고기, 위천 두부, 귀쿠이, 깨장 휘이면, 차오량판, 자가제 양념 가루, 사탕수수 주스, 고추장, 튀김 고기, 모듬요리.
정신적 생활 유전자	
거래 유전자	‘우수리를 떼는 습관’과 ‘다터우’ 습관, 흥정 습관.
사고 유전자	상호 지원 행위, 노인 커뮤니티 구역, 장이 끝난 후의 여가 활동, 지역 정보 공유.
언어 유전자	방언 홍보, 창의적 시장 홍보 문구, 특유의 친근 호칭, 시장 고유 음식 명칭, 시장 축복어.
활동 유전자	송왕 ‘저우거’ 공연, 용춤, 사자춤, 열후 공연, 시장남문성하모 동선.

본 장에서는 체계적인 4단계 방법을 통해 위천 시장의 문화 유전자 계통을 식별하였으며, 이는 이후 주민과 관광객의 문화 유전자 선호 차이 연구를 위한 분석적 기초를 마련함과 동시에 농촌 시장 문화의 보호 및 활성화를 위한 이론적 근거를 제공한다. 그림 12는 위천 시장의 지역적 생활방식 문화 유전자 식별 과정을 상세히 보여준다[그림 12].



[그림 12] 위천 시장 지역적 생활방식 문화 유전자 식별 흐름

4. 설문조사 및 사용자 선호 분석

4-1. 설문지 설계 및 배포

본 연구는 설문조사법을 통해 데이터를 수집하였다.

설문지는 총 28문항으로 구성되며, 두 부분으로 나누어 설계하였다. 첫째, 인구통계학적 특성(4문항) 파트에서는 응답자의 신분(주민/관광객), 성별, 연령대, 방문 빈도를 포함하며, 이는 표본 군집화 및 기술통계에 활용되고, 이후 선호 차이 분석의 통계 변수로 사용된다. 둘째, 문화 유전자 선호도 측정(24문항) 파트에서는 3장에서 식별 및 구조화된 8가지 문화 유전자 매개체를 기반으로 종류별 3문항씩 배치하여 연구 프레임워크와의 일치를 보장한다. 모든 문항은 5점 Likert 등간척도(1 = 매우 싫음, 5 = 매우 좋음)를 사용하여 응답자의 다양한 문화 유전자에 대한 선호도를 정량화하는 데 목적을 둔다.

본 설문조사는 2025년 음력 3월 13일, 16일, 19일 위천 시장이 열리는 날에 09:00부터 15:00까지 시장 핵심 구역에서 실시되었다. 구체적으로 다음 두 지점을 선정하였다. 하나는 메인 입구 및 특색 미식 광장으로, 가장 많은 주민과 관광객을 포착하기 위한 것이다. 다른 하나는 시장 중심 보행로로, 체류 시간이 긴 응답자를 포착하기 위한 것이다. 조사는 '종이 설문지 + QR코드 스캔'의 이중 경로를 동시 진행하였다. 네 명의 훈련된 대학원생이 편의 표집 방식으로 현장에서 종이 설문지를 배포 및 회수하는 한편, 계산단 및 가판대의 눈에 띄는 위치에 설문지 QR코드를 게시하여 응답자가 모바일로 작성할 수 있도록 하였다. 총 364부의 설문지를 회수하였으며, 누락 응답 및 오류 응답 22부를 제외한 후 342부(주민 188부, 관광객 154부)의 유효 표본을 확보하였다. 설문지 첫 페이지에는 해당 조사가 학술 연구 목적임을 고지하고 개인 정보는 엄격히 익명 처리됨을 안내하였으며, 모든 응답자가 사전 동의에 체크하여 데이터 수집의 윤리적, 법적 적합성과 유효성을 확보하였다.

4-2. 데이터 분석 결과

4-2-1. 기술통계 분석

본 조사에서는 유효 설문지 342부를 수집하였다. 그중 남성은 164명(47.95%), 여성은 178명(52.05%)이며, 신분 측면에서 현지 주민 188명(54.97%), 외지 관광객 154명(45.03%)으로, 비율이 적절하여 주민과 관광객의 선호 차이 분석에 적합한 것이다. 연령 분포는 중, 노년층이 큰 비중을 차지하며, 41-60세 집단이 59.36%를 차지하였고, 31-40세와 26-30세 집단은 각각 12.28%, 11.99%였으며, 25세 이하 집단은 7.31%, 60세 이상 집단은 9.06%로 나타나, 이는 농촌 시장의 실제 사용자 특성을 반영한

다. 방문 빈도 측면에서, 응답자의 49.12%는 단골(월 1회 이상), 20.18%는 가끔 방문(반년 2회 미만), 30.7%는 최초 방문자였다. 즉, 표본은 시장에 익숙한 단골과 새로운 시각을 가진 최초 방문자를 모두 포함하여 다각적 평가에 기여한다[그림 13].

인구특성	내용	인원수	백분비
성별	남성	164	47.95%
	여성	178	52.05%
신분	주민	188	54.97%
	관광객	154	45.03%
연령	18세 미만	4	1.17%
	18세 - 25세	21	6.14%
	26세 - 30세	41	11.99%
	31세 - 40세	42	12.28%
	41세 - 50세	91	26.61%
	51세 - 60세	112	32.75%
	60세 이상	31	9.06%
방문 횟수	첫 방문	105	30.7%
	반년 기준 5회 미만	69	20.18%
	매월 1회 이상	168	49.12%

[그림 13] 인구통계학적 특성

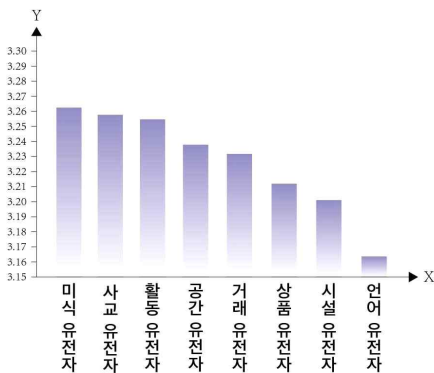
본 연구에서는 SPSS 26.0을 사용하여 설문 데이터의 신뢰도와 타당도를 검증하였다. 신뢰도 분석 결과, 설문의 Cronbach's α 계수는 0.969로 0.8을 상회하여 높은 내부 일관성을 입증하였다. 타당도 분석에서는 KMO 값이 0.984($p < 0.05$)에 달해 변수 간 강한 상관성을 보였으며, 요인 분석에 적합함을 시사한다. 이 두 지표는 본 연구의 측정 도구가 우수한 신뢰도와 타당도를 갖추었음을 확인하여 후속 분석을 위한 신뢰할 만한 기반을 제공한다.

4-2-2. 위천 시장 문화 유전자의 전반적인 선호 분석

SPSS 26.0의 기술통계 분석 결과를 기반으로 본 연구는 위천 시장의 여덟 가지 문화 유전자 선호 순위를 도출하였다(그림 14). 전체 표본 수준에서 여덟 문화 유전자에 대한 응답자의 평균 평가는 3.227(만점 5점)으로, 전반적으로 보통 이상으로 나타나 위천 시장의 문화 특성이 사용자의 보편적인 인정을 받았음을 시사한다. 구체적인 순위는 다음과 같다. 음식 유전자: 3.262 ; 사교 유전자: 3.258 ; 활동 유전자: 3.255 ; 공간 유전자: 3.238 ; 거래 유전자: 3.232 ; 상품 유전자: 3.212 ; 시설 유전자: 3.201 ; 언어 유전자: 3.164[그림 14].

해당 순위 결과는 농촌 시장 문화 유전자의 위계적 특성을 반영한다. 음식 유전자는 1위를 차지하여 '백성은 식량을 하늘로 여긴다'라는 전통 관념을 입증하며,

위천 시장의 무형문화유산 미식(소고기, 두부, 귀퉁이 등)이 사용자를 유인하는 핵심 문화 요소로 부각된다. 사교 유전자와 활동 유전자가 각각 2, 3위를 차지하여 농촌 시장이 사회적 교류 장소이자 문화 활동 플랫폼으로서의 기능이 중시됨을 보여준다. 이는 중국 전통 시장 문화가 인간관계의 상호작용과 여가 경험을 강조하는 특징과 일치한 것이다. 공간 유전자와 거래 유전자는 중간 수준에 위치하여 시장의 기본 기능이 중요하나 사용자들이 가장 주목하는 문화 특성은 아님을 나타낸다. 특히 언어 유전자의 점수가 가장 낮는데, 이는 현대 사회에서 방언 교류가 약화되고 표준어가 보급되었으며, 모바일 결제 등 비언어적 교류 방식이 확산된 것과 관련이 있을 수 있다. 또한, 여덟 문화 유전자의 점수 편차가 0.098에 불과할 정도로 낮기에, 위천 시장의 문화 유전자 체계가 상대적으로 균형을 이루며, 단일 요인이 아닌 여러 요소가 함께 시장의 문화적 매력을 구성하고 있음을 보여준다.



[그림 14] 응답자 전체 문화 유전자 선호 순위

4-2-3. 주민과 관광객의 문화 유전자 선호 차이

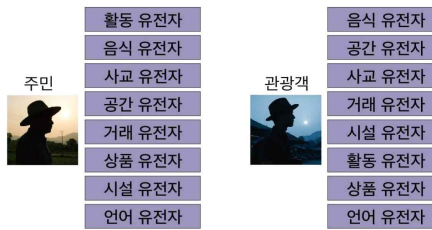
주민과 관광객의 위천 시장 문화 유전자 선호 차이를 보다 심층적으로 탐구하기 위해 본 연구는 주민 및 관광객 두 그룹 표본에 대해 독립표본 t 검정을 실시하였다. 검정 결과(표 4), 여덟 가지 문화 유전자에 대한 주민과 관광객의 평가 모두에서 유의미한 차이($p < 0.01$)가 확인되었다. 표에 나타난 바와 같이 모든 문화 유전자 평가는 관광객의 평균값이 주민보다 유의미하게 높았다. 그중 차이가 가장 큰 것은 시설 유전자($t = -4.465$, $p < 0.001$), 언어 유전자($t = -4.446$, $p < 0.001$) 및 상품 유전자($t = -4.243$, $p < 0.001$)였으며, 차이가 상대적으로 작은 것은 활동 유전자($t = -2.942$, $p = 0.003$)였다. 이러한 차이는 관광객이 '문화적 호기심'의 마음으로 전통 시장 요소를 경험하여 신

선함과 감상도를 높인 데 기인할 수 있고, 지역 주민은 장기간 해당 환경에서 생활하며 시장 문화 특성에 대한 습관적 인식을 형성하여 상대적으로 보수적인 평가를 보였기 때문이다[표 4].

[표 4] 주민과 관광객의 문화 유전자 선호 유의성 분석

문화 유전자 차원	평균값 차이	t값	자유도(df)	유의성(p)
공간 유전자	-0.506	-4.240	338.808	< .001
상품 유전자	-0.519	-4.308	339.275	< .001
시설 유전자	-0.542	-4.537	339.533	< .001
음식 유전자	-0.475	-4.050	338.868	< .001
거래 유전자	-0.493	-4.091	339.063	< .001
사교 유전자	-0.471	-3.921	337.766	< .001
언어 유전자	-0.535	-4.508	338.777	< .001
활동 유전자	-0.362	-2.989	339.497	.003

그림 15는 주민과 관광객의 문화 유전자 선호 평균값 순위를 보여준다. 주민 집단의 전체 평균 평점은 3.008로 비교적 낮은 편이며, 세부적으로는 활동 유전자(3.092), 음식 유전자(3.047), 사교 유전자(3.046), 공간 유전자(3.012), 거래 유전자(3.011), 상품 유전자(2.978), 시설 유전자(2.957), 언어 유전자(2.923)의 순으로 평가되었다. 주민이 활동 유전자(3.092)를 최우선으로 평가한 것은 축제 공연과 문화 활동이 지역 공동체의 정체성 유지 및 집단 기억 형성에 중요한 의미를 가지기 때문이다. 또한 교육 보급과 농촌 문화진흥 정책의 추진으로 주민의 정신문화 수요가 점차 증대되어 고품질 문화생활에 대한 추구가 강화된 결과이기도 하다. 특히 최근 국가의 '문화 농촌 보급' 사업 및 다양한 문화 정책이 주민의 문화 참여도와 감상 능력을 높여, 예술성과 오락성을 지닌 시장 활동들이 주민의 정신적 생활의 중요한 구성 부분으로 발전하였다. 다시 말하자면, 기본적인 물질적 생활조건이 만족된 상황에서 문화 활동은 더욱 높은 차원의 정신적 욕구를 만족할 수 있기에 주민들이 선호하는 것이다. 다음 순서로는 음식 유전자(3.047)와 사교 유전자(3.046)이며, 이는 주민들이 실용적인 기능을 중요시하는 동시에 인간관계 유지 및 음식 제공 기능을 수행하는 시장을 중요시한다는 것을 반영할 수 있다[그림 15].



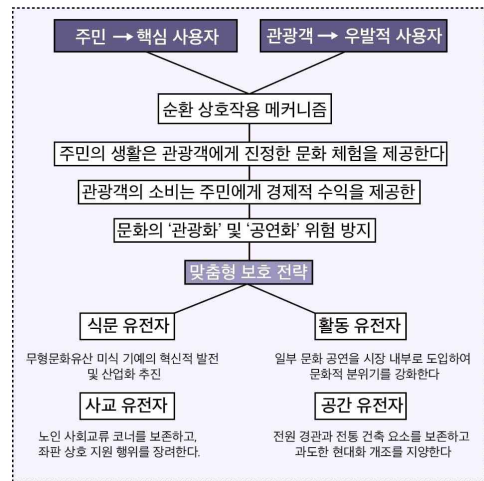
[그림 15] 주민과 관광객의 문화 유전자 선호
평균값 순위

관광객 집단의 평점은 전반적으로 높게 나타났으며 (평균 3.497), 선호 순위는 음식 유전자(3.523), 공간 유전자(3.518), 사고 유전자(3.517), 거래 유전자 (3.504), 시설 유전자(3.500), 활동 유전자(3.454), 상품 유전자(3.497) 및 언어 유전자(3.458)의 순이다. 관광객은 음식 유전자(3.523)를 가장 중요한 문화 요소로 인식하였는데, 이는 위천 시장의 무형문화유산 미식인 양념 소고기, 위천 두부, 귀쿠이 등과 밀접히 관련된다. 관광객에게 있어서 지방 미식은 직관성, 체험성, 독창성 측면에서 현지 문화를 인식하고 이해하는 가장 편리한 수단으로, 짧은 관광 과정에서도 지역 문화에 대한 가장 깊은 인상을 제공한다. 공간 유전자 (3.518)와 사고 유전자(3.517)는 음식 유전자와 거의 동등한 점수를 받았으며, 관광객이 위천 시장의 전체 환경 분위기에 높은 관심을 갖고 있음을 보여주며, 현지 상인 및 주민과의 교류를 통해 '토착' 문화 체험을 얻고자 하는 욕구를 반영한다. 즉, 이 세 가지는 관광객 시장 문화 체험의 핵심 요소를 함께 구성한다. 반면 활동 유전자(3.454)는 관광객 평가에서 상대적으로 낮게 나타났는데, 이는 위천 시장의 문화 공연 및 민속 활동이 주로 시장 내부가 아닌 남문에서 이루어지기 때문이다. 정부는 시장, 남문, 성황묘를 하나의 완전한 문화 체험 동선으로 계획하였으나, 관광객이 시장 내 활동 유전자에 대한 욕구가 낮은 것으로 보았을 때, 지방 정부는 일부 문화 공연 및 민속 활동 자원을 위천 시장 내부에 배치하여 시장 문화 분위기를 강화하고 관광객의 전체 체험을 향상시킬 필요가 있는 것이다.

4-2-4. 농촌 시장 문화의 지속가능 전승을 위한 활성화 사고방식

4.2.3의 양적 결과에 따르면, 주민의 여덟 가지 문화 유전자 평균 평점이 관광객보다 유의하게 낮았다. 이는 지역 주민이 시장 문화의 주요 생산자이자 수용자임에도 불구하고 '익숙함'으로 인해 문화적 자각이 부족함을 의미한다. 반면 관광객의 '문화적 호기심'을 과

도하게 충족시키려 하면 시장이 관광지화되어 오히려 시장의 진정성과 커뮤니티의 결속력이 희석될 수 있다. 이러한 불균형을 방지하기 위해 농촌 시장 문화의 지속가능한 전승은 '주민-관광객' 이중 순환 메커니즘을 구축해야 한다[그림 16]. 우선 주민을 핵심 사용자이자 문화 주체로, 관광객을 우발적 사용자로 설정한다. 이 메커니즘에서 주민의 일상 생활은 관광객에게 진정한 문화 체험을 제공하며, 관광객의 소비는 주민에게 경제적 수익을 가져와 선순환적 상호작용을 형성함으로써 문화의 '관광화' 및 '공연화' 위험을 효과적으로 방지한다. 메커니즘의 지속가능성을 보장하기 위해 다음 네 가지 맞춤형 보호 전략을 채택해야 한다. 음식 유전자: 무형문화유산 미식 기예의 진정성 있는 발전과 산업화를 추진한다. 사고 유전자: 노인 커뮤니티 구역을 보존하고 노점 간 상호 지원 행위를 장려한다. 공간 유전자: 전통 경관 및 건축 요소를 보호하여 과도한 현대화 개조를 지양한다. 활동 유전자: 일부 문화 공연을 시장 내부에 적절히 도입하여 전체적인 문화 분위기를 강화한다. 이와 같은 문화 유전자 기반 차별화 보호 전략은 주민을 핵심 사용자로서 존중하는 동시에 관광객의 문화 체험 요구를 충족시켜 농촌 시장 문화의 지속가능한 전승과 발전을 실현한다.



[그림 16] 문화 유전자를 기반으로 한 농촌 시장 문화의
지속가능 전승 전략

5. 결론

본 연구는 '지역적 생활방식-문화 매개체-문화 유전자'의 역방향 문화 유전자 식별 경로에 '내재적 유일성, 외재적 유일성, 국소적 유일성, 전체 우위성' 원칙

을 결합하여, 문화 유전자 이론을 유동-상호작용형 농촌 시장 공간에 체계적으로 적용하고 실행 가능한 식별 프레임워크를 구축하였다. 허난성 위천 시장에 대한 현장 조사를 통해 물질적, 정신적 두 범주, 여덟 핵심 문화 유전자(공간, 상품, 시설, 음식, 거래, 사고, 언어, 활동)와 30여 개의 상징물을 식별하였으며, ‘음식-사고-활동’의 삼위일체적 문화 핵심을 드러냈다. 그리고 342부의 유효 설문지에 대한 분석 결과, 관광객의 시장 문화 유전자 평가는 주민보다 유의하게 높으며, 주민은 축제 활동을 통한 공동체 정체성에, 관광객은 지방 미식과 전체 공간 분위기에 관심을 갖고 있으며, 특히 시설, 언어, 상품 유전자의 집단 간 차이가 가장 뚜렷한 것이다. 연구는 농촌 시장 문화의 지속가능한 전승이 주민의 일상적인 참여를 핵심으로, 관광객의 체험을 보조로 하는 이중 순환 메커니즘을 통해 다원적 문화 활동 활성화와 공간 분위기 최적화를 도모해야 함을 제안한다.

이론 차원으로 봤을 때, 본문은 문화 유전자 연구 시야를 정적 마을에서 동적 시장 공간으로 확장하여 유동-상호작용형 지역 문화에 대한 이론적 설명력을 검증하고, 질적 발굴과 양적 검증을 융합한 통합적 방법론 패러다임을 제시하였다. 또한 주민-관광객 관점의 비교 분석을 통해 동일 시장 내 사용자별 문화 인식 분화 양상을 밝혀내 사용자 군집 연구에 실증적 증거를 보강하였다. 실천 차원으로 봤을 때, 연구 결과로 도출된 여덟 차원 문화 유전자 목록은 정부 및 디자인 팀이 공간 개조, 상품 기획, 축제 활동, 브랜드 전파 시 지역 문화를 정밀하게 삽입하는 운영 지침을 제공하며, ‘주민은 핵심 사용자, 관광객은 우발적 사용자’라는 문화 전승 사고방식을 제안한다.

본 연구는 위천 시장의 정기적 장날 세 차례에 걸친 데이터 수집과 41-60세 비율 편중 등 한계가 존재하기에, 향후에는 다른 계절, 평일 및 타 지역 시장으로 샘플을 확장하고 청년, 고령층 표본을 보강하여 외적 타당도를 향상할 필요가 있다. 또한 현재는 사용자 선호도를 측정하였고 만족도, 행동 결과 및 문화 유전자와 장소 애착 간의 메커니즘을 고려하지 않았기에, 후속 연구에는 구조방정식 모형 또는 머신러닝 모델을 활용한 심층적 분석이 요구된다. 이와 더불어 상인, 지방정부 등 제3의 이해관계자의 관점이 아직 통합되지 않았으므로, 향후 다자 협업 조사를 통해 보다 완전한 시장 문화 생태계를 구성할 필요가 있다. 정리하자면, 본문은 이론, 방법, 실천 차원에서 농촌 시장 문화의 식별과 활성화를 위한 재현 가능한 참조를 제공하였으나, 더욱 광범위한 시공간 및 다중 변수 경로에서의 확

장과 심화 연구가 필요하다.

참고문헌

1. Liu, C., ‘Chinese Systematic Thinking’, Social Sciences Academic Press, 1990
2. Shennan, S., ‘Genes, Memes, and Human History: Darwinian Archaeology and Cultural Evolution’, Thames & Hudson, 2002
3. 김성훈, 한재환, ‘소비자 인식 분석을 통한 재래시장의 활성화 방안 도출’, 농촌경제, 2011. Vol.34, No.3
4. Che, Z., You, Z., & Li, T., ‘Analysis and Inheritance of Cultural Genes in Public Cultural Spaces of Famous Historical and Cultural Cities—A Case Study of Jianshui, Yunnan’, Famous Chinese Cities, 2024. 07. Vol.38, No.7
5. Dai, L., et al., ‘Qualitative Analysis of Residents’ Perceptions of Tourism Impacts on Historic Districts: A Case Study of Nanluoguxiang in Beijing, China’, Journal of Asian Architecture and Building Engineering, 2017. 03. Vol.16, No.1
6. Dennett, D. C., ‘The Evolution of Culture’, The Monist, 2001. 09. Vol.84, No.3
7. Fan, J., Zheng, B., Zhang, B., Huang, Z., & Liu, J., ‘Research on the Revitalization Path of Ethnic Villages Based on the Inheritance of Spatial Cultural Genes—Taking Tujia Village of Feng Xiang Xi in Guizhou Province as a Case Study’, Sustainability, 2023. 02. Vol.15, No.2
8. Jiang, S., & Liu, J., ‘Comparative Study of Cultural Landscape Perception in Historic

- Districts from the Perspectives of Tourists and Residents', *Land*, 2024. 03. Vol.13, No.3
9. Li, Y., et al., 'Extraction and Visualization of Cultural Genes in Famous Historical and Cultural Towns—A Case Study of Jinggang Ancient Town', *Journal of Chinese Historical Geography*, 2023. 03. Vol.38, No.3
 10. Liu, H., 'Modernization of Rural Life: The Transformation of Consumption Space from the Perspective of Urban-Rural Integration', *Social Science Research*, 2023. 05. Vol.3, No.2
 11. Liu, P., 'The Theory of "Landscape Information Chain" and Its Application in the Planning of Cultural Tourism Destinations', *Economic Geography*, 2008. 06. Vol.28, No.6
 12. Liu, S., et al., 'Revitalizing Rural Landscapes: Applying Cultural Landscape Gene Theory for Sustainable Spatial Planning in Linpu Village', *Buildings*, 2024. 08. Vol.14, No.8
 13. Pan, Z., et al., 'The Vernacular Cultural Landscape in Traditional Villages: Global Hotspots, Emerging Trends, and a Case Study of China's Qilu Cultural District', *Frontiers in Earth Science*, 2024. 06. Vol.12, No.2
 14. Song, L., 'A Brief Analysis of the Relationship between Lifestyle and Design', *Art Education*, 2018. 05. Vol.5, No.5
 15. Stent, G. S., 'You Can Take the Ethics out of Altruism but You Can't Take the Altruism out of Ethics', *The Hastings Center Report*, 1977. 06. Vol.7, No.6
 16. Tan, L., & Chen, L., 'The Driving Mechanism and Path Analysis of the Coupling Development of Rural Spatial Reconstruction and Land Use Transformation', *Journal of Natural Resources*, 2022. 07. Vol.37, No.7
 17. Tan, M., 'Markets: A New Folkloristic Perspective on Understanding Everyday Life', *Folklore Studies*, 2022. Vol.1, No.1
 18. Tai, L., & Zhong, T., 'Research on Product Instance Populations and Product Genes', *Journal of Shanghai Jiao Tong University*, 2007. 09. Vol.15, No.9
 19. Wang, W., Shi, Q., & Wang, G., 'Analysis of Performance and Genetic Characteristics of Cultural Landscapes in Traditional Villages along the Jinzhong Section of the Wanli Tea Road from a Landscape Gene Information Chain Perspective: A Case Study of Xiamen Village', *Sustainability*, 2024. 09. Vol.16, No.18
 20. Wang, X., Liu, F., & Shao, J., 'Extraction of Cultural Genes in Historic Districts and the Construction of a Gene Bank', *Journal of Chongqing University of Science and Technology (Social Sciences Edition)*, 2014. 05. Vol.14, No.5
 21. Ye, Y., et al., 'The Identification of Cultural Genes in Historic Districts and Their Influences on Cultural Perception—Case Study in Central Street in Harbin, China', *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 2024. 04. Vol.23, No.2
 22. www.gov.cn
 23. www.moa.gov.cn
 24. m.zzhkgq.gov.cn