

국내 일간지 기사에 나타난 제주 워케이션의 이미지

Image of Jeju Workation in articles of domestic daily papers

주 저 자 : 김나희 (Kim, Na Hee) 건국대학교 대학원 디자인학과 석사과정

교 신 저 자 : 오창섭 (Oh, Chang Sup) 건국대학교 디자인학과 교수
changsup@konkuk.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2025.3.293>

접수일 2025. 07. 31. / 심사완료일 2025. 08. 18. / 게재확정일 2025. 09. 08. / 게재일 2025. 09. 30.

Abstract

This study examines how “Jeju Workation” is represented in domestic daily newspapers amid the rise of remote work and workation cultures following the COVID-19 pandemic. To this end, 50 articles explicitly referring to “Jeju Workation” were collected from 18 major newspapers published between December 2021 and April 2023, and analyzed through discourse analysis. The analysis focused on three perspectives: workers, local communities, and local governments, framing Jeju Workation respectively as a “platform for self-realization,” “a transition point for sustainable living,” and “a strategic brand.” s. These images move beyond simple depictions of landscapes or workplaces, operating as discursive devices of subject formation within Lacan’s framework of the Imaginary, the Symbolic, and the Real. They also highlight a potential gap between idealized media portrayals and the realities of labor. The study shows that Jeju Workation constructs new ways of life and a renewed sense of place, grounded in visual culture theory, which views images as socially constructed within systems of symbols and power. In conclusion, Jeju Workation emerges not as a fixed entity but as a cultural sign system where diverse perspectives and meanings intersect. By integrating visual culture theory with discourse analysis, this study provides a framework for understanding regional images as sites of social negotiation and cultural imagination.

Keyword

Jeju Workation(제주 워케이션), Visual culture(시각 문화), Discourse analysis(담론 분석)

요약

본 연구는 코로나19 팬데믹을 기점으로 급부상한 원격 근무와 워케이션(workation) 문화 속에서, ‘제주 워케이션’이 국내 일간지 기사에서 어떠한 이미지로 재현되고 있는지 분석한다. 이를 위해 2021년 12월부터 2023년 4월까지 발행된 국내 주요 일간지 18종의 기사 중 ‘제주 워케이션’을 직접적으로 언급한 50건을 수집하여 담론 분석을 실시하였다. 분석은 근로자, 지역 공동체, 지자체라는 세 주체의 시선을 중심으로 진행되었으며, 각각의 주체는 제주 워케이션을 ‘자아 실현의 플랫폼’, ‘지속 가능한 삶의 전환지’, ‘전략적 브랜드’로 바라보고 있었다. 이러한 이미지는 단순한 풍경 묘사를 넘어 라캉의 상상계, 상징계, 실재계 구조 속에서 주체 형성과 연결되고 있으며, 언론 보도가 이상화하는 이미지와 실제 현실 간에는 괴리가 존재할 수 있음 역시 드러낸다. 본 연구는 제주 워케이션의 이미지가 자연 풍경이나 노동 환경을 묘사하는 데 그치지 않고, 새로운 삶의 방식과 장소성을 구성하는 담론적 장치로 작동하고 있음을 밝힌다. 이는 이미지가 단순한 시각 정보에 그치지 않고 사회적 기호 체계와 권력 구조 속에서 구성되고 해석된다는 시각적 문화 이론에 기반한다. 이를 통해 제주 워케이션은 단일한 실체가 아니라 다양한 사회적 시선과의 미들이 교차하는 문화적 기호 체계로 작동함을 보여주며, 나아가 시각문화 이론과 담론 분석을 결합해 지역 이미지 연구의 새로운 분석 틀을 제시하고자 한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이미지의 이해

3. 제주 워케이션의 현황

- 3-1. 제주 워케이션 운영 실태
- 3-2. 제주 워케이션 공간 및 서비스

4. 국내 일간지에 나타난 제주 워케이션의 이미지

- 4-1. 자아 실현의 플랫폼: 개인 근로자의 관점
- 4-2. 지속 가능한 삶의 전환지: 지역 공동체의 관점
- 4-3. 전략적 브랜드: 지자체 및 제도적 관점

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

코로나19 팬데믹 기간 원격 근무의 시행을 결정한 기업은 4배 이상 증가하였다.¹⁾ 비대면으로 이루어지는 근무 형태는 IT 기술과 함께 빠르게 정착했으며, 데이터 저장 및 공유가 가능한 클라우드 서비스와 화상 회의 서비스를 제공하는 플랫폼은 특히나 원격 근무에서 중요한 역할을 했다. 회사의 이동 없이 자택에서도 업무가 가능한 효율적인 노동 환경은 근로자의 복지 및 삶의 질 개선으로까지 이어졌다. 특히 언제, 어디서나 가능한 원격 근무의 특징은 일과 휴식을 동시에 가능케 했다.

사회적 거리두기 정책으로 억압된 자유는 원격 근무의 시스템 안에서 워케이션(workation)의 부흥을 만들었다. 출퇴근 시간에서 해방된 근로자들은 여가 생활에 그 시간을 할애하기 시작했고, 업무 전과 후, 보다 질 좋은 여가를 가능케 하는 공간을 찾아 나섰다. 그 결과 근로자들은 홈오피스, '노트북 하기 좋은 카페'와 같은 주거지 변경의 공간에서 벗어나 휴양지로 향했다.

특히 국내 휴양지를 대표하는 제주는 워케이션 지역 선호도 조사에서도 1위를 차지²⁾하며 디지털 유목민들의 입도를 환영했다. 이색적인 자연환경을 자랑하는 제주는 힐링, 휴식과 같은 키워드와 오랜 기간 함께했기에, 빌딩 숲 안에서 자유를 갈망하던 근로자에게 최적의 원격 근무 장소가 되었다. 더불어 이미 한 달 살기 열풍이 불고 지나간 제주에 자리 잡은 외지인을 위한

5. 결론

참고문헌

공간과 프로그램은 타지에서 온 워케이션 근로자의 빠른 적응을 도울 수 있었다.

이처럼 팬데믹 기간 동안 제주의 독채 펜션, 카페, 요가, 서핑과 같은 액티비티적 요소는 숲, 바다, 오름과 같은 자연적 요소와 함께 제주만의 독자적인 일 문화 형성에 중요한 역할을 했다. 이 과정에서 자연을 중심으로 고착화된 제주의 이미지는 워케이션을 매개로 새로운 이미지를 획득하기 시작했다. 그것은 어떤 이미지였을까?

당시 발행된 일간지에는 제주 워케이션의 이미지가 직간접적으로 담겨있다. 쉼(vacation)의 이미지가 강한 제주에서 일(work)을 택한 근로자들이 근무지로서의 제주를 어떻게 이해하고 실제로 경험하고 있는지를 다양한 어조로 다루었다. 제주 행정의 주체도 단순한 휴양지를 넘어서 워케이션 중심지로서의 위상을 구축하려는 움직임을 보였다. 매체는 그러한 움직임을 보도했다. 이러한 맥락에서 본 연구는 일간지 기사에 등장하는 제주 워케이션과 관련된 내용을 분석하여 해당 시기 제주 워케이션의 이미지가 무엇인지 밝히는 데 목적을 두고 있다.

1-2. 연구 범위 및 방법

본 연구는 국내 18개의 일간지를 대상으로 취하고 있다. 일간지에서 발행된 기사 중 워케이션 지역으로서 제주가 가지고 있는 이미지가 무엇인지 분석하기 위해 '제주 워케이션'을 키워드로 취하고 있는 기사들을 찾아 분석하였다. '제주 워케이션'을 직접적으로 언급하는 기사들을 내용에 따라 분류하고 분석하면서 연구 목적인 제주 워케이션의 이미지를 도출했는데, 이 과정에 특정 워케이션 공간을 홍보하는 광고성 기사는 분석대상에서 제외하였다.

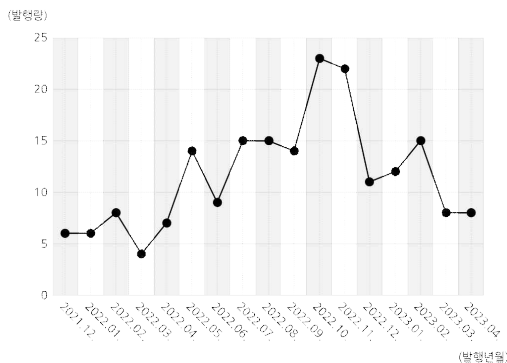
1) 대한상공회의소, 비대면 업무, (2025. 3. 22.)
www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/Kc
ciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120932932&C
HAM_CD=B001

2) 대한상공회의소, 워케이션, (2025. 3. 22.)
www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/Kc
ciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120936776&C
HAM_CD=B001

(일간지)	(연관 기사 수, 동일 내용 기사 제외)
경향신문	5
광주일보	0
국민일보	2
내일신문	0
동아일보	4
매일일보	0
문화일보	1
서울신문	12
세계일보	7
신아일보	1
아시아투데이	4
울산신문	0
전국매일신문	0
조선일보	4
중앙일보	4
천지일보	0
한겨레	3
한국일보	3

[그림 1] 국내 18개 일간지 목록 및 연구 대상 기사 수

본 연구는 ‘제주 위케이션’을 키워드를 갖는 기사의 수가 증가세를 보이기 시작한 2021년 12월부터 급 감소세를 보이는 2023년 4월까지를 시간적 범위로 삼고 있다. 자료 연구 결과, 기사의 수는 2021년 12월부터 점차 증가하여 2022년 10월에 23건을 기록하였으나, 이후 다시 감소세를 보이기 시작하며 2023년 3월과 4월, 8건에 그쳤다.

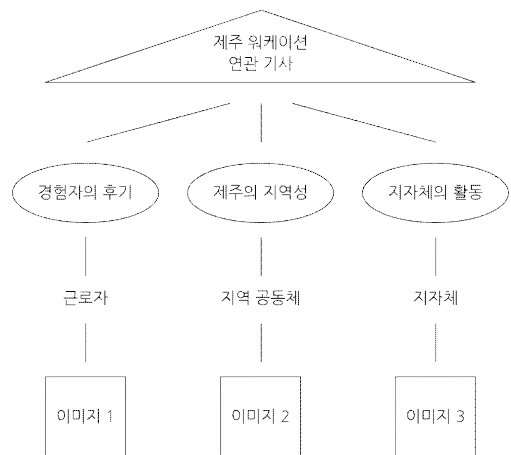


[그림 2] 연구 기간 내 기사 발행량 추이

해당 기간 발행된 총 197건의 기사 중 우선 ‘제주 위케이션’을 직접적으로 언급하고 있는 기사를 추려내었다. 이 방법에 따라 추출한 기사는 54건이었으나, 내용이 동일한 기사를 제외한 결과 총 50건의 분석대상 기사를 추릴 수 있었다. 추출한 기사는 성격에 있어 실제 제주 위케이션 경험자의 후기를 다룬 기사, 위케이션 지역으로서 제주의 지역성에 관해 서술한 기사, 제

주 위케이션 홍보를 위한 지자체의 활동을 보도하는 기사로 분류할 수 있었다.

이렇게 분류된 기사는 이미지를 매개로 한 주체 형성이론의 관점에서 다루어졌다. 이미지에는 항상 담론의 질서가 교차하기 때문에 내러티브와 텍스트로부터 완전히 자유로운 이미지는 존재하기 어렵다.³⁾ 주체는 그러한 관계를 형성하며 의지와 욕망을 발전시켜 나아가고 그 과정에 이미지는 더욱 뚜렷한 모습으로 발전하게 된다. 세 가지 유형의 기사 내 주체, 다시 말해 근로자, 지역 공동체, 지자체로 구분짓고, 이를 제주 위케이션을 바라보는 각각의 주체로 설정한 것은 그래서다. 제주 위케이션의 이미지는 이러한 주체의 응시와 관계 속에서 분석되고 도출되었다.



[그림 3] 기사 분석 도표

2. 이미지의 이해

제주 위케이션에 대한 이미지는 새로운 근무 형태를 보여주는 데 그치지 않는다. 그 이미지는 삶의 방식에 대한 제언과 설득이 포함된 문화적 기호 체계로 기능한다. 따라서 제주 위케이션의 이미지를 다루기 위해서는 이미지가 어떻게 구성되고 해석되며 작동되는지를 이해하는 게 중요하다. 이것이 시지각 이론, 이미지와 주체 형성의 관계, 그리고 사회적 담론이 시각에 개입하는 방식에 대한 이론을 고찰해야 하는 이유인 것이다.

우선 이미지를 인식한다는 것이 무엇인지를 생각해 보면, 그것이 타고난 감각만으로 설명되지 않는다는 것

3) 주은우, 『시각과 현대성』, 한나래, 2003, p.226

을 알 수 있다. 고전적인 시지각 이론인 경험주의에 따르면, 시지각은 감각 경험과 기억, 문화적 학습의 복합적 산물이다.⁴⁾ 즉, 시각은 타고난 감각이라기보다는 익숙한 방식으로 사물을 인식하는 하나의 방식에 가깝다. 경험과 기억, 문화적 학습이 시지각을 구성하고, 보는 행위는 단순한 감각이 아니라 해석의 과정이 된다. 무언가를 본다는 것은 한마디로 말해 배운 대로 바라본다는 것을 의미한다.

이런 점에서 이미지는 그저 시각 정보에 그치는 것이 아닌 의미가 구성된 기호로 해석될 수 있다. 롤랑 바르트는 『신화론』을 통해 이와 같은 내용에 대해 언급한 바 있다. 그는 신화를 단순히 허구가 아니라 사회가 반복적으로 덧입힌 의미의 층위로 설명했다. 이미지는 현실을 있는 그대로 보여주지 않고, 특정한 이데올로기나 가치관을 자연스럽게 보이도록 작동한다는 것이다.⁵⁾ 제주 위케이션 역시 풍경이나 노동과의 관계에서만 다루어질 수 있는 것이 아니라 이미지 인식, 다시 말해 이상적인 일과 삶에 대한 기대와 욕망의 신화적 구조를 담고 있는 것이다.

바르트에 따르면 신화적인 것은 라캉의 상상계라는 개념 안에 포함될 수 있는 모든 양태 속에서 나타난다.⁶⁾ 여기서 바르트가 언급한 프랑스의 정신분석학자 라캉은 프로이트의 정신분석이론을 소쉬르의 언어학 관점에서 재해석 함으로써 정신의 근원적 장(field)인 상상계, 상징계, 실재계의 개념을 제시하였다. 라캉은 해당 개념들을 유아의 행태와 성장 시기를 바탕으로 설명하였는데, 이를 통해 주체 형성의 시각적 차원과 사회적 성격을 살펴볼 수 있다.

그 내용을 보면 우선 왜와 불쾌의 원초적 감각 만이 존재하는 신생아 시기에는 자아의 개념이 부재한다. 이후, 6개월에서 18개월 시기에 '거울 단계'를 거치게 되는데, 이때 거울은 실제 물리적 거울일 수도 있고, 자아의 존재를 비추는 다른 무엇일 수도 있다. 이 시기에 유아는 어머니와 자신 만이 존재한다는, 파편화된 신체적 감각과 반대되는 거울 속 자신의 완벽한 이미지에 도취되어 나르시시즘적 자아를 형성하게 된다. 이때 유아는 거울 속 자아와 동일시된, 완벽한 자아의 관점에서 타자를 해석하게 되는 것이다. 이 이미지들이 형성되는 장이 바로 상상계이다.

자아가 형성된 유아는 어머니와 나 사이의 관계를 벗어나 언어의 세계로 진입하게 된다. 사물이나 현상을 규칙, 개념화하여 이해하는 능력인 언어, 랑그의 체계로 진입함으로써 욕구로 가득 찬 상상계의 자아는 법과 규칙에 의해 하나의 '주체'로 형성된다. 상징계의 언어, 즉 주체의 외부를 둘러싼 사회 체제를 라캉은 '대타자'라 불렀는데, 상징계에서 구성된 주체의 욕망은 이미지와 시선을 매개로 이 대타자의 욕망과 겹쳐진다.

상상적 동일시가 주체 자신을 매혹하는 이미지, 자신과 유사한 타자의 이미지와의 동일시라면, 상징적 동일시는 이미지에 한정되지 않고 상징적 질서 속의 이상화된 자명, 내가 관찰되고 있는 위치와 이루어지는 동일시이다. 이를 통해 주체가 구성되는 과정의 근저에는 시각적 차원이 존재하며, 이것은 사회적으로 규정받게 되는 것임을 확인할 수 있다.⁷⁾

그러나 이러한 동일시 과정은 결코 완결될 수 없다. 실재계는 상상계와 상징계 어디에도 완전히 포섭되지 않는 차원으로, 재현 불가능한 결핍과 균열을 드러내며 주체를 끊임없이 흔들어 놓는다. 실재계는 언어와 이미지의 틀로는 결코 완전히 담아낼 수 없는 영역이기 때문에, 주체에게 불안과 동시에 새로운 의미 구성의 가능성을 남겨둔다. 이처럼 동일시는 불완전함과 균열을 내포하기 때문에, 주체는 끊임없이 타인의 시선과 사회적 질서 속에서 다시 자리매김될 수밖에 없다.

이미지와 주체 간의 관계는 주은우가 『시각과 현대성』에서 분석한 바와 같이, 시선의 구조와 시각적 주체 형성과정도 깊은 관련이 있다. 인간은 단순히 이미지를 소비하는 주체가 아니라, 이미지 안에서 자신을 위치 짓고, 타인의 시선과 기대 속에서 자신을 형성하는 관계적 존재다. 즉, 이미지를 본다는 것은 곧 어떤 위치에서 보도록 요구받는 일이며, 그 시선을 내면화하면서 주체는 사회적으로 구성된다. 따라서 제주 위케이션을 구성하는 자연, 휴식 등과 같은 이미지들은 보기 좋은 장면일 뿐만 아니라, 개인이 되고 싶은 모습, 혹은 사회가 개인에게 권하는 모습으로 작동한다.

존 버거 역시 이미지의 의미가 고정된 것이 아니라, 맥락과 시선에 따라 달리 읽히는 것이라 강조한 바 있다.⁸⁾ 같은 제주 위케이션 이미지를 두고 어떤 이는 여유로운 삶을 상상할 수 있고, 또 다른 이는 현실과 거리감 있는 연출로 읽을 수 있는 것은 그 때문이다. 그

4) 위의 책, p.49

5) 롤랑 바르트, 정현, 『신화론』, 현대미학사, 1995, pp.35-45

6) 위의 책, pp.237-242

7) 주은우, 『시각과 현대성』, 한나래, 2003, p.76

8) 존 버거, 최민 역, 『다른 방식으로 보기』, 열화당, 2012, pp.9-41

렇게 이미지의 의미는 그 자체에 있는 것이 아니라, 어떻게 보느냐, 누가 보느냐, 어떤 방식으로 보게 하느냐에 따라 달라진다.

이처럼 이미지는 그저 보여주는 것이 아니라, 무언가를 어떻게 구성할지를 선택하는 사회적 도구다. 말하자면, 이미지는 대상의 모방이 아니라, 어떤 방식으로 세계를 말할 것인지에 대한 선택이며, 그 선택에는 권력, 담론, 문화적 기호 체계가 개입한다. 그래서 이미지를 분석하는 일은 특정 장면의 의미를 파악하는 수준을 넘어, 그 이미지가 말하고 있는 세계관과 삶의 기준이 무엇인지 살펴보는 일과 맞닿아 있다.

제주 위케이션 이미지에서 역시 마찬가지다. 바르트가 말한 신화적 구조, 라캉의 3계 구조, 그리고 주은우가 강조한 시선의 사회적 작동은 모두 제주 위케이션 이미지를 파상적인 이미지 제시가 아닌 담론적 장치로 이해하게 한다. 제주 위케이션의 이미지는 '이상적인 휴식과 노동의 조화'라는 상상계적 동일시를 통해 개인의 욕망을 자극하고, 언론 기사나 정책 담론을 매개로 상징계적 질서 속에서 제도화된다. 그러나 실제 제주는 이러한 담론으로 환원되지 않으며, 지역 주민의 생활, 관광객과의 관계, 예측 불가능한 현실의 조건이라는 실재계적 균열을 드러낸다.

이처럼 제주 위케이션의 이미지를 분석한다는 것은 단순히 그 풍경을 보는 일이 아니다. 그것은 어떤 시선이 권장되고, 어떤 삶의 방식이 제안되며, 그 안에서 주체가 어떻게 위치 지워지는가를 읽어내는 일이다. 따라서 제주 위케이션 이미지는 시선을 끄는 화면 너머 일과 삶의 질서를 새롭게 제안하고 있는 하나의 방식으로 읽어내야 하는 것이다.

3. 제주 위케이션의 현황

3-1. 제주 위케이션 운영 실태

근로자들 사이에서 유행처럼 번지던 제주 위케이션이 2020년 하반기부터 숙박 업체 및 플랫폼에서 새로운 유형의 여행 상품으로까지 나타가기 시작했다. 이처럼 민간 차원에서 운영되던 제주 내 위케이션의 입지가 점차 넓어지자, 제주도는 본격적으로 공공의 차원에서 제주 위케이션을 관리하며 홍보에 나섰다.

2023년 6월, 제주도는 '제주 위케이션 통합 누리집'을 개설하여 제주 내 위케이션 관련 정보를 제공하기 시작했다. 이와 동시에 제주 위케이션 사무국을 운영하며, 기업 대상의 '찾아가는 위케이션 설명회'를 상시 진

행하고 있다. 제주도가 직접적인 운영에 나섰는데, 제주시와 서귀포시에 공공형 위케이션 거점 오피스를 각각 1곳씩 조성, 오피스와 주변 숙박 시설 간 제휴를 통해 민간형 위케이션 시설에서 수용이 어려웠던 기업의 투자 및 관심을 적극적으로 유치하고 있다.

뿐만 아니라, 제주도는 민간형 위케이션 참가자에게 최대 30만 원 상당의 오피스 및 여가 바우처를 제공하여 제주 위케이션의 활성화를 도모하기도 했다. 특히 민간형 위케이션 시설들의 경우, 마을 협동조합 및 상권들과의 자체적 협업을 통해 체험 프로그램을 함께 운영하며 대도시를 떠난 근로자에게 이색적인 여가 시간을 제안했다. 이처럼 적극적인 운영과 홍보, 또 이에 비례하는 참가자의 수 때문인지 제주는 2023년 11월, 직장인 대상 위케이션 선호도 조사 결과 17개 시도 중 위케이션의 선호지 중 1위를 차지하기도 했다.⁹⁾

3-2. 제주 위케이션 시설

제주 위케이션 통합 누리집에 따르면, 현재 제주에는 20개의 위케이션 오피스가 운영되고 있다. 지자체에 의해 공공형 위케이션 거점 오피스가 제주시와 서귀포시에 각각 한 곳씩 운영되고 있으며, 18개의 민간형 위케이션 오피스가 제주 내 각 마을에 분포해 있다.

공공형 위케이션 거점 오피스는 아일랜드 워크랩이라는 이름으로 운영되고 있다. 아일랜드 워크랩 제주점은 공항과 가까운 구도심 지역에 위치하여 지역 내 고유의 생활 모습을 직접적으로 보고 느낄 수 있음을 강조한다. 반면에, 아일랜드 워크랩 서귀포점은 오피스를 둘러싼 자연 경관을 장점으로 내세우며 자연 속 일과 휴식을 강조하고 있다. 아일랜드 워크랩 두 곳은 인근 호텔과의 제휴를 통해 숙박 서비스를 간접적으로 제공하고 있다.

18곳의 민간형 위케이션 오피스는 도심 혹은 자연과 가까운 마을 내 골로루 분포되어 있다. 이 중 12곳은 제주 지역 사회와 자연 경관을 몸소 느낄 수 있는 여가 프로그램도 함께 운영하고 있다. 또한, 단 2곳을 제외한 거의 모든 오피스에서 숙박 서비스를 직간접적으로 제공하고 있어, 근로자들의 근무 시간뿐만 아니라 여가 시간 역시 중시하는 성격을 나타내고 있다.

민간형 위케이션 오피스에서 제공하는 여가 프로그

9) 대한상공회의소, 위케이션, (2025. 3. 22.)
www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120936776&CHAM_CD=B001

램들 중 4개의 오피스에서 요가 프로그램을 공통적으로 제공하는 것도 독특한 특징이다. 서울을 포함한 대도시의 갑음에서 벗어나고자 제주를 선택한 근로자들에게 제주의 자연에서 내면의 소리에 집중하는 요가는 이상적인 여가 시간의 모습을 보인다. 대다수의 오피스에서 제공하는 마을 구석구석을 탐방하는 프로그램은 제주에서의 워케이션을 단순 여행의 의미를 넘어 새로운 생활 모습의 가능성을 제안하는 역할을 한다.

[표 1] 제주 워케이션 오피스별 특징

시설명	시설 위치	제공 서비스	숙박 시설 여부
고요산책	제주시 중앙로 12길 5	마을 여행, 요가, 요트 투어 등 취미 여가 프로그램	O
공간7	제주시 구좌읍 변영로 2133-50	인근 카페(블루보틀) 커피클래스	O
디어먼데이 제주 스위스마울점	제주시 조천읍 함와로 566-27 관리동 3층	단체 대상으로 여가 프로그램 및 서비스 옵션 추가 가능	O
리플로우 제주	제주시 탐동로2길 3, 3층	마을 탐방 및 개인 내면 휴식을 위한 여가 프로그램	O
메이커스 산양	제주시 한경면 연영로 17번지, 1층	X	X
비레이지	서귀포시 남원읍 위미해안로1 29번길 17	마을 탐방(미리 문의)	O
세화 질그랭이 센터	제주시 구좌읍 세평항로 46-9	마을 및 지역 문화 체험 프로그램	O
스페이스 모노	서귀포시 대정읍 일주서로 2641, 2층	체험 및 여가 프로그램(상시 변동)	O
오피스 제주 사계점	서귀포시 향교로 214	요가, 서핑 등 자연에서 즐길 수 있는 여가 프로그램	O
오피스 제주 조천점	제주시 조천 2길 25	요가, 서핑 등 자연에서 즐길 수 있는 여가 프로그램	O
올라	제주시 중앙로 5길	X	O

	12, 1층		
위아포트	제주시 중앙로 248, 4층	X	X
제주 김녕 어촌마을 오피스	제주시 구좌읍 김녕항1길 50-11, 김녕수산문화 복합센터	체험 위주의 여가 프로그램 및 지역 내 식당과 제휴를 통해 독특한 조식 제공	O
제주 사계 어촌마을 오피스	서귀포시 형제해안로 13-1, 사계어촌체험 휴양마을	체험 위주의 여가 프로그램 및 지역 내 식당과 제휴를 통해 독특한 조식 제공	O
제주 와일드	서귀포시 논짓물로 28	트레킹 및 라이딩 프로그램 제공	O
집무실 워크스테이 제주	제주시 명림로 575-107	X	O
캠프해리	제주시 구좌읍 세송로 623-1	X	O

4. 국내 일간지에 나타난 제주 워케이션의 이미지

4-1. 자아 실현의 플랫폼: 개인 근로자의 관점

[표 2] 개인 근로자 관점의 제주 워케이션 관련 기사 목록 (동일 내용 기사 포함)

기사제목	발행기관	발행일
“부장님~ 저 제주도에서 노는 게 아니라 워케이션 중입니다!”	한겨레	2022. 5. 23
재택 넘어 ‘격주 놀금’에 해외근무까지...새 근무제 도입하는 까닭은	경향신문	2022. 7. 17
발리서 석달 업무, 금요일 격주 휴무... IT업계 파격근무제	동아일보	2022. 7. 18
주민이 마을카페 운영하고 여행워케이션도	한겨레	2022. 10. 14
“한라산과 바다 보며 근무, 주말엔 등반과 스쿠버”...제주, ‘워케이션 성지’ 선점 나선다	경향신문	2022. 11. 8
직장인은 힘찬 어촌 근무... 주민들은 힘찬 손님맞이 [S 스토리]	세계일보	2022. 12. 10
“제주도 해변가 오피스로	세계일보	2023. 2. 1

혼저옵서예~" [창간34-지방시대, 위기가 기회다]		
------------------------------------	--	--

근로자에게 탈사무실, 혹은 탈도시는 환상처럼 여겨졌다. 사무실 외부에서 일한다는 것은 출장이나 외근을 제외하면 상상하기 어려운 일이었기 때문이다. 하지만 코로나 사태로 열린 제주 위케이션을 통해 그 상상은 실현되었다. 2022년 5월 23일, 한겨레는 ‘부장님~ 저 제주도에서 노는 게 아니라 위케이션 중입니다!’¹⁰⁾라는 제목의 기사를 발행했다. 기사 제목에서 알 수 있듯, 제주에서의 일은 마치 놀이처럼 보일 정도로 자유로웠다.

회사, 집, 대중교통으로 제한되던 근로자의 일상 공간은 제주에서 에메랄드빛 바다, 오름 속 숲길, 넓은 창 의 카페로 대체되고 있다. 제주의 자연은 근로자에게 단지 배경이 아니라, 자율성을 실현할 수 있는 환경이 되어 주었다. 근로자는 어느 공간에서든 자신의 시간표에 맞춰 일하고, 여가 생활 역시 취향에 따라 구성할 수 있는 것이다. 여기서 서핑, 커피, 요가와 같은 선택지는 일을 포함한 삶의 리듬을 주체적으로 설계해 나가는 데 필요한 요소로 자리하게 되는 것이다.

이러한 변화의 토대에 ‘플랫폼(platform)’이라는 개념이 자리한다. 본 연구에서 말하는 플랫폼은 기술적 매개나 단순한 공간 구조가 아니라, 근로자가 일과 삶을 능동적으로 설계할 수 있는 구조적 기반을 의미한다. 플랫폼은 이동과 분산, 선택과 설계가 가능한 유연한 환경으로, 근로자의 자아가 구성되고 실현되는 수행적 공간이라 할 수 있다. 주은우(1998)는 원근법적 시선을 통해 주체 구성의 시각적 메커니즘을 설명하며, 보는 주체는 항상 담론 속에서 자기 위치를 설정한다고 주장했다. 위케이션에서 근로자는 자연, 공간, 여가라는 시각적 자극 안에서 자기 삶의 내러티브를 구성한다.

근대 산업사회의 근로자는 흔히 기계적 루틴 속에서 자신의 존재를 상실한 톱니바퀴로 상징되는 기계에 종속된 존재로 자리해왔다. 찰리 채플린의 『모던 타임즈』속 주인공처럼, 일상은 시간표에 맞춘 노동의 반복이었고, 공간은 출퇴근 경로로 고정되어 있었다. 하지만 제

주 위케이션이라는 플랫폼 위에서 근로자는 자기 설계의 주체로 전환된다.

출근 시간이 아니라 개인의 생체 리듬에 따라, 사무실 책상이 아니라 바닷가 테이블에서 일하며, 근로자는 공간과 시간, 에너지, 감정까지 조율할 수 있게 된다. 제주 위케이션은 이러한 실험이 가능한 하나의 플랫폼이자 실천 공간으로 기능하고 있으며, 근로자 스스로가 그 위에서 자신만의 일 문화를 구축하는 이미지 속에 자리하고 있다.

그러나 이러한 이미지는 동시에 현실 노동 환경의 불평등과 불안정성을 은폐하는 담론으로 작동할 수 있다. 위케이션을 경험하는 사람들은 일정 수준의 직업 안정성과 경제적 여유를 가진 계층에 속할 가능성이 높다. 따라서 불안정 고용에 놓인 다수의 근로자에게 위케이션은 여전히 접근하기 어려운 선택지일 수 있다. 또한 위케이션을 자기계발이나 ‘힐링’의 기회로 이상화하는 언론의 재현은 노동 강도와 과로, 끊임없는 온라인 접속 요구와 같은 노동의 구조적 문제를 개인의 책임으로 전가하는 효과를 낼 수 있다. 따라서 자아 실현의 플랫폼으로서의 위케이션은 새로운 가능성을 열어 주지만, 동시에 그것이 누구를 포함하고 누구를 배제하는지에 대한 비판적 성찰이 필요하다.

4-2. 지속 가능한 삶의 전환자: 지역 공동체의 관점

[표 3] 지역 공동체 관점의 제주 위케이션 관련 기사 목록 (동일 내용 기사 포함)

기사제목	발행기관	발행일
“제주에서 힐링하며 일해요!	동아일보	2022. 1. 20
요즘 스타트업은 경치 좋은 제주 남해 속초에서 일해요	조선일보	2022. 3. 30
제주에서 일+휴가 동시에...‘위케이션’ 성공하려면	중앙일보	2022. 4. 2
해외든 제주든...“어디서 일해도 상관없다” 포스트코로나 근무 실험 ‘위케이션’ 뜬다	서울신문	2022. 5. 25
나는 여행지에서 일한다... ‘위케이션’ 대세 되자 여행업계도 신바람	한국일보	2022. 6. 1
노트북에서 눈 떠면 파란 제주 바다 ‘위케이션’ 성지 될 세화리 ‘질그렁이’	서울신문	2022. 6. 16
제주의 푸른 바다 보며 휴가? “아니 일하는 중입니다”...‘일+휴식’ 위케이션 뜬다	경향신문	2022. 6. 22

10) 옥기원, ‘부장님~ 저 제주도에서 노는 게 아니라 위케이션 중입니다!’, 한겨레, 2022. 5. 23. (2025. 5. 11.)

www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/1043904.html

MZ세대 잡아라...건설사 오피스 분양 마케팅 활발	아시아투데이	2022. 6. 24
제주도에 말이 아니라 창업가 청년들이 왜 모일까	서울신문	2022. 8. 31
제주, 국내 최대 워케이션(Work+Vacation) 성지 '눈길'	아시아투데이	2022. 9. 13
알하다 오가, 온수풀에 서핑까지... '워케이션 성지' 이곳의 매력	중앙일보	2022. 11. 4
"이젠 마을도 경영해야죠"...워케이션 성지 만든 '세화마을' 부지성 이장	경향신문	2023. 2. 16
제주 세화리 부지성 이장, 마을회관 고쳐더니 관광객 복적..."주민들 뭉쳤죠"	경향신문	2023. 2. 16

제주 워케이션은 더 이상 일시적인 관광이나 근무 공간 대체에 머물지 않는다. 제주 워케이션은 삶의 방식 자체를 전환하는 실험의 장이자, 지역 공동체와 새로운 관계를 형성하는 시작점으로 작용하고 있다. 육지 근로자의 유입은 제주 마을에 작은 균열을 만들었고, 그 균열은 '관광지였던 제주를 점차 '거주지'로 전환시키는 힘이 되었다.

제주 마을 공동체는 이러한 흐름과 공명하며 적극적으로 움직였다. 일부 마을은 워케이션 참가자를 단지 여행자나 소비자가 아닌, 잠재적 주민으로 인식했다. 따라서 많은 마을들이 마을 탐방 프로그램, 공동체 체험 활동, 협동조합 연계 프로젝트 등을 통해 체험자를 체류자로 이동하는 환경을 조성했다. 이 과정에서 지역 주민과 워케이션 참여자 사이에 지속 가능한 관계망이 형성되며, 새로운 생활 공간과 질서가 만들어지기도 하였다.

이처럼 제주는 단순한 체류지가 아닌 전환공간으로 자리한다. 여기서 말하는 전환은 일상과 비일상, 체류와 정착, 관광과 노동의 경계가 흐려지는 과정이며, 그 안에서 한 사람의 생활 방식이나 정체성이 자연스럽게 바뀌어 가는 것이다. 푸코는 헤테로토피아 개념을 통해 일상의 규범에서 벗어난 공간이 새로운 가능성을 만든다고 보았다.¹¹⁾ 제주는 바로 이러한 공간이다. 기존 도시의 빠르고 규칙적인 리듬에서 벗어나, 보다 느리고 관계 중심적인 삶의 가능성을 경험하게 한다.

이러한 행동의 배경에는 현대 도시 노동 환경에서의 소외와 피로가 깔려 있다. 노리나 허트는 『고립의 시

대』에서 오픈 플랜식 사무실이 '연결된 구조'를 가졌음에도 실제로는 감시, 불안, 단절을 강화한다고 말한다. 허트는 이와 같은 환경에서 근로자는 더 많이 노출되고 있으나, 동시에 더 고립되어 있다고 지적한다.¹²⁾ 제주 워케이션의 양상은 제주가 관계 회복과 재정비를 가능케 하는 전환의 공간임을 말해준다.

‘환상의 섬’, ‘섬다도’ 등 제주를 수식하던 기존의 자연 중심적 이미지들은 이제 새로운 의미를 가진다. 바다와 오름, 그리고 한 달 살이 프로그램은 여전히 제주의 매력으로 작용하지만, 그것들은 더 이상 풍경 소비에 그치지 않는다. 정착과 노동, 공동체 일상의 일부로서 이미지가 재배열되고 있는 것이다. 바르트의 『신화론』에서 말하듯, 이는 단지 장소의 사용이 아니라, 장소에 부여되는 의미의 담론적 재구성이다.¹³⁾ 즉, 제주라는 공간은 소비의 장소에서 관계의 장소로, 나아가 삶을 재구성하는 공간으로 전환되고 있다.

따라서 제주에서의 워케이션은 단순히 일의 확장이 아니라, 관계의 재구성, 리듬의 회복, 그리고 공동체와의 새로운 접근을 실현하는 실천으로 볼 수 있다. 지역 공동체는 이 실천의 주체로 작동하며, 관광지에 그쳤던 제주를 지속 가능한 삶이 있는 전환공간으로의 이미지를 발전시켜 나아갔다.

4-3. 전략적 브랜드: 자자체 및 제도적 관점

【표 4】 자자체 및 제도적 관점의 제주 워케이션 관련 기사 목록(동일 내용 기사 포함)

기사제목	발행기관	발행일
퇴근 후 해변가 산책하는 꿈... 제주도 '워케이션'하면 현실	서울신문	2022. 2. 20
'워케이션' 최적지 제주, 선도지역으로 거듭난다	한겨레	2022. 2. 21
"사무실 대신 휴양지서 일할래" 워케이션, 제주 말고도 뜨는 곳	중앙일보	2022. 5. 24
'워케이션족'을 잡아라...제주도, 공유오피스 3곳 문 연다	국민일보	2022. 7. 7
제주를 '워케이션' 명소로...	국민일보	2022. 7. 8
제주, 2022년 섬유패션업계 CEO 포럼 개최...오영훈 지사, '워케이션'의 최적지	아시아투데이	2022. 7. 14

12) 노리나 허츠, 홍정인 역, 『고립의 시대』, 웅진 지식하우스, 2021, p.204

13) 롤랑 바르트, 정현 역, 『신화론』, 현대미학사, 1995, pp.15-97

11) 미셸 푸코, 이상길 역, 『헤테로토피아』, 문학과학사, 2014, p.14

“워케이션 성지에 오세요”… 마케팅 팔 걷은 제주	서울신문	2022. 7. 18
일하며 휴가 ‘워케이션’ 최적지는 제주…육성 팔 걸어붙인다	경향신문	2022. 7. 18
“1년 비자 발급해 드립니다”…원격근무자 유치 경쟁 활발	조선일보	2022. 7. 22
“제주 상장기업 20개 육성, 고향 등지는 청년 잡겠다”	조선일보	2022. 8. 31
“10만원 갖고 제주로 워케이션 떠나요”	한국일보	2022. 9. 8
“제주에 반도체 클러스터 조성… 청정자원 활용 ‘워케이션’ 성지로”	동아일보	2022. 9. 20
위메이드, 제주특별자치도와 계열사 이전 투자 협약 체결	신아일보	2022. 9. 26
위메이드, 2024년 계열사 본사 제주도 이전 체결	아시아투데이	2022. 9. 26
제주도, 게임사 위메이드와 투자협약…민선8기 제주도정 첫 기업유치	세계일보	2022. 9. 27
위메이드, 제주특별자치도와 계열사 이전 투자 협약 체결	세계일보	2022. 9. 28
“우린 쉬면서 일한다” 직장인들은 지금 ‘워케이션’ 열풍	세계일보	2022. 10. 3
대한노인회 미주총연합회 3년 만에 제주 방문	세계일보	2022. 10. 7
목욕탕·여관, 갤러리로 변신… 15분 도시 상상이 현실로	서울신문	2022. 10. 10
이번엔 대정에 공유오피스… 디지털 노마드들이여, 워케이션 성지 제주로 옮겨	서울신문	2022. 10. 18
“디지털노마드, 제주로 오세요”	한국일보	2022. 10. 19
제주도 ‘대한민국 지방시대 엑스포’ 참여	동아일보	2022. 11. 7
“제주형 UAM’ 모빌리티 혁신 선도… 그린수소 최적지 만들 것”	문화일보	2022. 11. 14
‘新 3多島’ 기업하기 좋은 제주… 신성장기업 부른다	서울신문	2022. 11. 20
감세·스마트그린산업·워케이 션… ‘新삼다도’로 신성장기업 부른다	서울신문	2022. 11. 20
디지털 노마드 ‘엄지척’… 96% “제주 워케이션 다시 하고 싶다”	서울신문	2022. 12. 27
제주야, 내 고향하자!… “1000만 관광객을 도민으로 모십니다”	서울신문	2023. 1. 20
실표같은 근무… 제주, 워케이션 성지 굳힌다	서울신문	2023. 1. 26
“바다 보이는 곳에서 일해 볼래?”…제주, 워케이션	국민일보	2023. 1. 26

성지로 입지 다진다 “바다 보이는 서귀포서 재택근무를…” ‘워케이션 최적지’ 입지 굳히는 제주	국민일보	2023. 1. 27
제주서 실표 같은 근무… 워케이션 성지 굳힌다	서울신문	2023. 1. 27
“제주, 워케이션 성지 굳힌다”…제주 서귀포에 오피스 1곳씩 조성	세계일보	2023. 1. 31

1960년대 초반, 국가 경제개발계획이 본격화되면서 제주의 관광산업은 급격한 성장을 이루었다. 도로 건설과 선박 취항, 관광호텔의 건립 등으로 제주는 관광 인프라가 점차 갖춰지면서 과거 유배지라는 그림자에서 벗어나 새롭게 도약했다. 관광 도시로 거듭난 제주는 당시의 인기 있던 여행지 부산과 어깨를 견주며, 하와이와 비교된 최초의 신흥여행지로 기록되기도 하였다.¹⁴⁾

국제자유도시 개발사업, 세계문화유산 지정 등 관광산업의 선두에서 활발한 활동을 이어갔던 제주는 코로나19로 인해 그 기세가 꺾이는 듯 보이기도 했다. 사회적 거리두기의 시행으로 관광객들의 발이 끊기며 관광산업이 전반적으로 마비가 되었기 때문이다. 제주는 기존의 고착화된 관광지의 이미지를 벗고 새로운 방법을 찾아야 했다.

이때, 제주 워케이션은 지자체의 전략적 자산으로 자리잡기 시작했다. 제주도는 숙박에 사용 가능한 워케이션 바우처를 지원하고, 공식 누리집을 통해 정보를 안내하는 등 워케이션 활성화를 위한 제도적인 기반 마련에 적극적으로 나섰다. 이는 타 지역과의 경쟁 속에서 ‘워케이션의 성지’라는 이미지를 구축하기 위함이었다.

지자체는 제주 워케이션의 이미지를 기업 유치와 투자를 끌어내는 데 활용하기도 했다. 제주에서의 워케이션이 단순히 새로운 근무 방식이 아닌, 새로운 도시 이미지로 거듭나기 시작한 것이다. 지자체는 이 이미지를 통해 제주를 알릴 수 있는 섬, 근무 인프라를 갖춘 지역으로 홍보했다.

제주 워케이션을 다루는 기사나 홍보 자료에는 ‘디지털’, ‘IT’, ‘스타트업’과 같은 키워드가 반복적으로 등장한다. 이는 제주가 기존에 지녔던 자연적 이미지와 대

14) 조봉춘, ‘기록으로 본 제주관광 : (2) 1960년대 초반’, 제주경제일보, 2021. 5. 20. (2025. 5. 11.)
www.jejukeongje.com/news/articleView.html?idxno=15110

비되는, 도시적이고 미래지향적인 이미지를 지향하고 있음을 보여준다. 엑스포 참여, 국제 컨퍼런스 개최, 미래 모빌리티(UAM)와 같은 정책 발표¹⁵⁾ 역시 제주를 단순한 휴양지가 아닌, 미래 도시형 근무지로 자리매김하게 만들었다. 이러한 변화는 여전히 일은 도심에서만 가능하다는 인식을 가진 이들에게 제주의 위케이션이 또 다른 대안으로 다가가도록 했다.

제주는 오랜 기간 쌓아온 관광 인프라를 바탕으로, 위케이션 환경을 빠르게 갖춰나갔다. 노트북 사용이 가능한 카페, 공유 오피스, 장기 투숙이 가능한 숙소 등은 디지털 노마드의 리듬에 맞춰 유연하게 사용할 수 있는 오프라인 공간이 되었다. 이는 곧 제주가 일과 삶의 경계에서 생산성을 유지할 수 있는 지역으로의 가능성을 보여준다.

2000년대 중반, IT 기업 '다음'이 제주로 본사를 이전한 것도 이러한 흐름의 선구적 사례로 꼽을 수 있다. 실리콘밸리나 프랑스의 소피아 앙티폴리스처럼 창의적 인재를 휴양지에 가까운 환경에서 더 잘 일할 수 있다는 가설¹⁶⁾이 당시에는 선부른 판단처럼 여겨졌지만, 이제는 위케이션의 열풍 속에서 현실적인 트렌드로 자리 잡았다. 더 나아가 수많은 기업과 스타트업 역시 제주의 가능성에 주목하게 되었다.

제주 위케이션은 자연 중심적 이미지 위에 도시적인 이미지와 기술 기반의 이미지를 덧씌움으로써, 복합적인 브랜드를 가진 지역으로 새롭게 확장되고 있다. 도시에 지친 근로자들은 이러한 제주의 복합적 이미지에 반응하였다. 60년간 관광산업의 선두에서 빠른 발전을 꾀한 제주는 이러한 이미지를 통해 위케이션의 선두에서 일과 사람을 관계시키려고 했던 것이다.

5. 결론

본 연구는 제주 위케이션이 국내 일간지 기사 속에서 어떤 이미지로 자리하고 있는지 살펴보는 데 목적을 두고 있다. 이를 위해 위케이션이라는 새로운 근무

형태가 담론 안에서 어떤 방식으로 구성되고, 그 안에 담긴 시각적 요소들이 어떤 의미를 만들어내는지를 분석하고자 했다. 특히 제주라는 지역이 위케이션의 주요 공간으로 주목받는 가운데, 그것이 단순한 자연 배경이나 장소에 머무르지 않고, 각각의 주체의 시선을 통해 다르게 의미화되고 있음을 밝히는 데 초점을 맞췄다.

연구는 2021년 12월부터 2023년 4월까지의 국내 주요 18개 일간지를 대상으로 이루어졌으며, '제주 위케이션'을 직접적으로 언급한 기사 50건을 선별하여 분석했다. 단순히 위케이션 시설이나 프로그램 소개에 그친 기사는 제외하고, 실제 경험자의 후기, 지역 공동체와의 관계, 지자체의 전략과 같은 담론이 드러난 기사들을 중심으로 내용을 구성했다. 분석 방법으로는 '시각적 주체 형성' 개념을 바탕으로, 근로자, 지역 공동체, 지자체라는 세 가지 주체의 응시로 나누어 각각 어떤 이미지가 구성되고 있었는지 살펴보았다.

그 결과 다음과 같은 결과를 도출할 수 있었다. 첫째, 근로자의 관점에서 볼 때 제주 위케이션은 자기 삶을 스스로 설계하고 조율할 수 있는 자아 실현의 플랫폼으로 기능했다. 자연 속에서의 일과 여가는 단순한 근무 환경의 변화가 아니라, 삶의 방식 자체를 새롭게 구성해나가는 하나의 실천으로 작용한 것이다. 다만 이러한 이미지는 현실 노동 환경의 불평등과 불안정성을 은폐할 수 있으며, 일정 수준의 직업 안정성과 경제적 여유를 가진 계층에게만 주어진 특권적 기회일 수 있다는 점에서 한계를 가진다.

둘째, 지역 공동체의 관점에서 제주 위케이션은 지속 가능한 삶의 전환지로 해석되었다. 마을 단위의 프로그램이나 협업은 외지인의 방문을 하나의 '거주' 가능성으로 확장시키고 있었고, 제주의 공간과 관계, 일상 그 자체를 새롭게 구성하는 계기를 만들어내고 있었다.

셋째, 지자체는 위케이션을 전략적으로 활용해 제주를 미래지향적인 브랜드로 탈바꿈시키고 있었다. 제주 위케이션은 지역을 홍보하고 기업과 투자를 유치하는 수단으로 기능하고 있었고, '일할 수 있는 섬', '디지털과 자연이 공존하는 공간'이라는 이미지는 기존의 관광지 제주에 도시적이고 기술 기반의 요소들을 덧씌우며 복합적인 지역 정체성을 만들어가고 있었다.

이처럼 제주 위케이션 이미지는 특정 주체의 시선 아래에서 선택되고 조정되며, 그 과정에서 다양한 담론적 층위를 발전시켜 나아갔다. 바다, 자연, 디지털 업무 환경, 공동체 프로그램 등은 각각의 주체가 원하는 방향으로 해석되며, 결국 제주 위케이션은 근로자, 지역

15) 임재영, '제주도 '대한민국 지방시대 엑스포' 참여', 동아일보, 2022. 11. 7, (2025. 3. 22.)
www.donga.com/news/article/all/20221106/116342561/1

16) 윤창수, '제주도에 말이 아니라 창업가 청년들이 왜 모일까', 서울신문, 2022. 8. 31, (2025. 5. 11.)
www.seoul.co.kr/news/society/2022/08/31/20220831500052

공동체, 지자체의 입장에 따라 서로 다른 의미로 구성되는 사회적 이미지로 드러난다. 이는 이미지가 단순히 풍경이나 현상을 묘사하는 데 그치지 않고, 특정한 의미와 질서를 생산하는 하나의 담론 장으로 작동하고 있음을 보여준다. 또한 리angk이 제시한 3계 구조를 통해 알 수 있듯이, 언론 보도가 제시하는 이상적인 동일시는 근로자의 욕망을 자극하고 제도화되지만, 현실의 제주는 언제나 균열과 결핍을 드러내며 담론과 실제 경험 사이의 간극을 드러낸다.

본 연구는 제주 위케이션이라는 구체적 사례를 통해, 하나의 이미지가 어떤 방식으로 구성되고 유통되며, 시선과 위치에 따라 어떻게 의미화되는지를 밝히고 있다. 하지만 분석 대상을 국내 일간지 보도 텍스트에 한정하고 있어 실제 수용자의 해석이나 경험과 괴리될 수 있다는 한계를 가진다. 이후 위케이션 참여자의 실제 경험, 지역 주민의 목소리, 이미지 홍보물 등 다양한 자료를 함께 다루는 후속 연구가 이루어진다면, 이미지는 물론이고 시각 문화와 지역 담론의 관계를 보다 입체적으로 다룰 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 노리나 허츠, 홍정인 역, 『고립의 시대』, 웅진지식하우스, 2021
2. 롤랑 바르트, 정현 역, 『신화론』, 현대미학사, 1995
3. 미셸 푸코, 이상길 역, 『헤테로토피아』, 문학과지성사, 2014
4. 존 버거, 최민 역, 『다른 방식으로 보기』, 열화당, 2012
5. 주은우, 『시각과 현대성』, 한나래, 2003
6. 주은우, '현대성의 시각 체제에 대한 연구 - 원근법과 주체의 시각적 구성을 중심으로', 서울대학교 박사 학위 논문, 1998
7. 옥기원, '부장님! 저 제주도에서 노는 게 아니라 위케이션 중입니다!', 한겨레, 2022. 5. 23.
8. 윤창수, '제주도에 말이 아니라 창업가 청년들이 왜 모일까', 서울신문, 2022. 8. 31
9. 임재영, '제주도 '대한민국 지방시대 엑스포' 참여', 동아일보, 2022. 11. 7.
10. 조봉춘, '기록으로 본 제주관광 : (2) 1960년대 초반', 제주경제일보, 2021. 5. 20.
11. www.korcham.net