



패션모델의 영역확대에 관한 연구 -모델테이너 활동을 중심으로

Study on Expansion of Fashion Models' Performance Boundary - focused on activities of modeltainers -

사은영^{1*}, 최정은, 정여아, 국민대학교 평생교육원

Sa, Eun-Young^{1*}, Choi, Jung-Eun, Jung, Yeo-Ah, *Kookmin University Lifelong Education Center*

Abstract

This study aims to academically define fashion models' activities and performance as modeltainers, which are currently being specialized. As methods to develop the research, the study reviewed literature, conducted an investigation on understanding of students majoring in fashion model studies and had in-depth interviews, at the same time, with a group of five experts in the field. Characteristics of the modeltainers' present performance that this study has found out are presented as follows. In the past, fashion model had once tried to lengthen their occupational lifespans by approaching fields of broadcasting and films, but it was only a temporary work. Now, at present, however, the study learned that the fashion models are fulfilling their roles under the name of 'multi modeltainers' in diverse fields as still keeping their originality as the fashion models. After all, that became a cause to move up debuts of the fashion models into the other fields, and they advance into the different worlds only three or four years after they start working as fashion models. Physical conditions and careers of the fashion models are operating as the complete advantage when the models are trying to expand their work boundaries. In addition, changes in the broadcasting environment such as increase in the number of channels, creation of new contents and growing popularity of cable channels are asking for even more of the entertainers, and the study forecasts that with the help of 'hallyu', homogeneity of the global beauty will contribute to improvement of the modeltainers' abilities to cultivate the fashion models themselves as competitive entertainers in the international stage. As a consequence, these entertainment companies that have concluded strategic contracts or MOUs with model agencies and multiple modeltainers are being quite a huge issue and as far as this study understands, such companies are working with the positive outlook in relation to their industrial functions as systematically training and managing the modeltainers.

Key words: Fashion Model, Performance Boundary, Identity, Modeltainer, Entertainer

* 본 연구는 사은영의 석사학위 논문을 수정 보완하여 작성하였습니다.

** even202@naver.com

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

현재 패션 산업은 문화와 연계하고 시대에 발맞춰 IT산업과 융합하는 등 고품격 문화산업으로의 경쟁력을 갖추어 가고 있는 추세이다. 다른 산업에 창조적 영감을 불어넣어 새로운 부가가치를 창출하는 문화산업의 융성은 창조경제의 대표 산업으로, 경제 활성화에도 기여하게 될 것이라 기대하며, 최근 정부는 문화콘텐츠 산업을 '21세기의 연금술'이라고 발표하였고, 미래 성장 동력의 핵심이 되는 사업이라 강조하였다(매일경제 2015. 02. 12). 한국의 대표 문화콘텐츠인 대중문화는 1990년대 말 한류의 흐름을 타고 점차 세계적으로 확산되고 있다. 이 '한류'의 대중문화란, 영상·음악·패션·게임·음식·한글 등을 통칭한 용어이며, 한류의 열풍은 점차 동남아시아 전역으로 확산되어 오늘날 급속도로 글로벌화 되었다.

2000년 이후에는 드라마·가요·영화 등 대중문화뿐만 아니라 김치·가전제품·라면·화장품 등 한국 관련 제품을 선호하는 현상까지 나타나게 되어 '한류'의 급성장을 이루게 되었다. 이러한 '한류'의 열기는 단순히 대중문화의 확산의 차원을 넘어 한국의 가수·연기자·방송인을 동경하고 한국어를 익히거나 한국 제품을 구입하는 마니아층까지 형성시켰으며, 전 세계가 한국 대중문화에 주목하게 만들었고, 한국인들 역시 자국의 문화와 정체성에 대하여 다시 한 번 생각하게 되는 계기를 마련해 주었다. 인터넷과 스마트폰의 영향으로 다양한 정보가 빠르게 확산되고 한국의 영화, 음악, 패션 등 우리 고유의 스타일이 담긴 문화콘텐츠가 세계적으로 주목받기 시작했으며, 한국 패션에 대한 해외 팬들의 관심도 높아지고 그에 따른 파급력과 영향력이 급속히 성장하고 있다. 이러한 패션산업과 대중문화를 잇는 매개체로서 그 중심에 있는 패션모델 출신 연예인들의 성공사례도 증가추세에 있다.

현재 국내 대중문화계는 간접광고의 중요성과 파급력을 인정하고 있으며, 조각 같은 미모보다 체격조건과 자연스러운 개성을 중요시하는 가운데 '모델테

이너'들이 더욱 주목받고 있다(동아일보 2014. 09. 25). 이와 같은 상황에서 패션모델 에이전시는 교육과정 및 대형 엔터테인먼트 회사와의 전략적 제휴를 맺는 등 점차적으로 변화하기 시작하였다. 이러한 변화 속에는 패션모델 스스로 전문 연예매니지먼트기획사를 찾아야 하는 번거로움이 빈번했으며, 이를 통해 소속에이전시와 패션모델 간의 갈등을 초래하는 상황이 일어나기도 했다. 또한 광고·패션·대중문화의 급속한 확산으로 인한 에이전시의 과부하는 체계적인 교육과 제대로 된 프로의식의 중요성을 인식하지 않은 채 상업적인 측면에만 치중한다는 문제점이 지적되고 있다. 대중문화의 지속적인 발전을 위해서는 콘텐츠 분야의 양적 성장 외에도 다양한 분야의 질적 성장이 요구되어진다. 이에 따라 본 연구에서는 문화콘텐츠 분야의 하위범주인 패션모델 출신 엔터테이너들의 활동행태 및 특성과 업계 전문가들의 평가를 파악함으로써, 이들의 산업적 가치를 도출하고, 대중문화의 질적 성장을 위한 기반을 마련하고자 한다.

본 연구의 진행에 앞서 지금까지의 패션모델에 대한 선행연구를 살펴본 결과, 크게 패션모델의 외형적 요소에 대한 연구와 심리적 요소에 대한 연구로 나눌 수 있었다. 먼저 외형적 요소에 관한 연구는 20세기 패션모델의 변천과 사회적 배경에 관한 사적 연구(이유리, 2001), 한국 패션모델의 변천에 관한 연구(박지연, 2007), 국내 남성 패션모델의 변천에 관한 연구(김지영, 2009), 패션광고 속의 광고모델 특성과 변화에 관한 연구(이선진, 2009), 패션모델과 일반여대생의 신체적 특성 비교 연구(박순희, 2011), 패션모델에 나타난 포스트모더니즘적 이미지에 관한 연구(최정은, 2013)등이 있다. 심리적 요소에 관한 연구는 패션모델의 직무분석(양의식 외 2008), 콜라보레이션을 통한 패션모델의 활동영역에 관한 연구(정재경, 2013), 국내 패션모델의 활동특성 및 만족도 연구(이정아, 2014)등이 있었다. 그러나 1980년대부터 시작된 패션모델들의 영역확대에 관한 연구는 현황파악 정도의 단계에 있는 실정임을 알 수 있었다.

이에 따라 본 연구는 다양한 분야의 전문가를 선정하고, 그들을 대상으로 질적 연구방법 중 하나인 심

층 인터뷰(in-depth interview)를 실시하여 패션모델 활동영역 확대에 대한 전문 의견을 수렴하여 모델테이너의 활동특성을 이론적으로 정립하고자 한다. 더불어 국내 패션산업과 대중문화의 질적 성장을 위하여 패션모델 정체성 확립의 중요성에 대한 근거를 제시하고, 패션모델 에이전시 자체적인 모델테이너 매니지먼트 시스템의 개발을 위한 심층자료를 제시하는데 목적이 있다.

2. 연구 문제

심층인터뷰를 진행하기에 앞서 체계적인 패션모델 교육을 받고 있는 한림연예예술고등학교 패션모델과 남·여학생 122명과 국민대학교 평생교육원 모델연기 남·여학생 52명, 총 174명을 대상으로 하여, 직업인 패션모델과 체계적 교육의 중요성 인식에 대한 학생들의 생각을 점검하고, 전문가로 구성된 인터뷰에 필요한 연구문제를 추출하고자 설문을 실시하였다. 설문은 2015년 3월 18일~20일까지 사흘에 걸쳐 이루어졌으며, 첫째, 직업인 패션모델에 대한 학생들의 올바른 인식조사, 둘째, 학생들이 생각하는 대표적 모델테이너를 추출하고, 해당 모델테이너의 성공요인 및 궁극한 사항을 질문, 셋째, 프로페셔널 모델과 아마추어 모델의 차이점에 대한 인식, 넷째, 교육과정에 대한 질문, 마지막으로 향후 목표 등의 질문 순으로 설문을 실시하였다. 설문을 통해 도출된 연구문제는 다음과 같다.

1. 패션모델의 활동영역확대 배경은 어떠한가?
2. 모델테이너의 방송영역활동에 있어 패션모델 커리어는 어떠한 영향을 주는가?
3. 모델테이너의 활동영역확대에 있어 성공할 수 있는 사회적으로인무 무엇인가?
4. 모델테이너는 우리나라 대중문화산업에 어떠한 영향을 주는가?
5. 모델테이너의 앞으로의 전망은 어떠한가?

II. 연구방법

1. 인터뷰와 문헌검토를 병행한 심층조사

심층 인터뷰(in-depth interview)기법 적용한 전문가 심층인터뷰의 목적은 현재 모델테이너 활동에 대한 직접적인 관련업계의 전문가를 인터뷰함으로써 각자의 현업에서 느끼는 실질적 내용을 파악 및 분석하는데 있다. 이에 따라 인터뷰 대상자로 선정된 전문가는 모델테이너와 관련하여 직접적인 이해관계를 갖고 있는 엔터테인먼트 회사와 패션모델에이전시, 이해관계가 적어 객관성이 인정되는 방송사 PD와 광고기획 실무자, 언론사 기자 등 총 5인으로 구성하였다.

심층인터뷰 기간은 2015년 4월 6일부터 5월 18일까지 총 43일간에 걸쳐 이루어졌으며, 심층 인터뷰 방식은 전문가를 개별적으로 만나 연구주제에 관하여 간단히 논의, e-mail을 통한 질문지 배포와 응답을 기록 및 분석하였다. 이후 추가적 질문은 전화 등을 통해 확인하고 보완하는 것으로 병행하여 실시하였다. 구성된 인터뷰 질문 내용에 근거하되 자유롭게 의견을 개진할 수 있도록 하였고, 모델테이너에 관련한 인터뷰 질문에 대하여 각 전문가의 현업에서 느끼는 참여한 의견을 제시해 주었다.

한편, 본 연구의 심층인터뷰방식은 전문가들을 대상으로 한 구체적인 인터뷰로서 전문적인 정보를 확인할 수 있는 장점을 가지고 있으나, 주관적 인상을 줄 수 있다는 단점을 가지고 있다. 따라서 각각의 인터뷰 내용 전반에 반복되는 의견에 주목하고, 언론사 기사의 분석을 병행하여 객관성을 가질 수 있도록 노력하였다. 인터뷰에 참여해준 5명의 인터뷰 응답자의 일반적 특성 및 주요경력사항은 다음<표 1>과 같다.

1. 패션모델 인식에 대한 설문 결과

현재 활동 중인 모델테이너 가운데 성공을 이룬 대표적인 모델테이너로 ‘차승원’이라고 생각한다는 응답이 70.7%, ‘김우빈’ 14.9%, ‘이종석’ 5.7%, ‘김영광’

표 1. 일반적 특성 및 주요경력사항

Name	Sector	Title	Career	주요 경력	Sex	Age
김보진	SBS 제작본부	교양국PD	2002 ~ 현재	한밤의 TV연예 연출, 결정! 맛대맛, X맨 일요일이 좋다, 진실게임, 놀라운 대회 스타킹, 강심장 파워릿 제작 연출, SBS드라마 '온에어', '미남이시네요' 홍보담당, '시크릿가든' 제작프로듀서	남	45
유승모	택시엔터테인먼트	연예 매니지먼트 팀장	2004 ~ 현재	1999년설립, TV드라마, 영화 등 체계적이고 전문화된 연예인 매니지먼트와 광고 모델에이전시 사업, 도상우 외 다수의 모델테이너 보유, 글로벌 네트워크 구축 엔터테인먼트의 국제화에 앞서고 있음	남	41
김성란	YG Kplus 패션토탈이벤트 모델컴퍼니	YG Kplus 매니지먼트 총괄이사	2003 ~ 현재	2003~2008 DCM아카데미 교육, MBC '네 꿈을 펼쳐라' 총괄교육담당, 2009~현재 YG Kplus아카데미 이미지메이킹교육	여	51
조찬호	광고 Creative 남다르다	CF감독	1997 ~ 현재	1997~2005 AD & PD CF 500여 편, MV 70여 편 2005~2014 DIRECTOR CF 200여 편, MV 120여 편 EPIK HIGH 'FLY' 최우수 뮤직비디오상 수상 영상, 디자인, 광고제작, 크리에이티브 광고회사	남	48
이현영	티브이 데일리	연예 매체 기자	2012 ~ 현재	티브이데일리 기자 방송, 예능, 문화/사회 등의 뉴스를 전반적으로 다룸, 6,400건 이상의 기사를 씀	여	34

2.3% 순으로 나타났고, 기타 모델테이너 이성경, 안재현, 이수혁, 장윤주, 강동원, 조인성, 한혜진 등이 6.4%의 분포를 보였다. 수집된 패션모델 인식에 대한 설문문의 분석결과는 다음 <표 2>와 같다.

표2. 패션모델 인식 설문

구분	빈도(명)	백분율(%)	
대표 모델테이너	차승원	123	70.7
	김우빈	26	14.9
	이종석	10	5.7
	김영광	4	2.3
	기타	11	6.4
합계	174	100.0	

대표적인 모델테이너에 관련한 질문에 대한 답변으로는 첫째, 해당 모델테이너의 성공요인으로 프로

페셔널, 재능, 자기관리, 대중적 인기, 연기력, 비주얼, 인성, 노력, 소속사 지원 등의 응답이 많았다. 둘째, 프로모델과 아마추어모델의 차이점을 묻는 질문에는 일을 하고 받는 대가 즉, 페이(pay)를 받는 여부에 따른 것이라는 응답과 테크닉, 전문성 (professionalism), 에티튜드(attitude), 경험, 노하우 등의 응답이 많았다. 셋째, 향후 목표에 관한 질문에는 모델테이너가 가장 많았고, 톱모델과 해외활동 순으로 나타났다.

마지막으로 모델테이너에게 궁금한 사항으로는 모델테이너의 성공과정과 톱모델이 되기까지의 성장배경, 자기관리방법, 연기력 향상법, 엔터테이너의 기본적인 소양과 패션모델이 된 계기를 묻는 질문들이 많았다. 상기 설문 참여자들의 답변을 토대로 프로모델과 모델테이너에 대한 인식은 다음 <표3>과 같다.

표3. 프로모델과 모델테이너에 대한 인식

질문	응답 내용				
대표 모델테이너	1. 차승원 70.7%	2. 김우빈 14.9%	3. 이종석 5.7%	4. 김영광 2.3%	5. 기타 6.4%
성공요인	프로페셔널, 재능, 자기관리, 대중적 인기, 연기력, 비주얼, 인성, 노력, 매니지먼트				
프로모델과 아마추어 모델의 차이	페이, 프로페셔널(테크닉, 철저한 자기관리, 경험, 노하우, 에티튜드)				
향후 목표	모델테이너, 해외진출, 톱모델				

2. 관련업계전문가 심층인터뷰 분석

1. 현재 모델테이너들의 활동이 두드러지는 이유는 무엇이라고 생각하는가

“모델테이너라는 특정된 사람들의 활동이 두드러진다고 생각하지 않습니다. 과거에 비해 많은 모델 출신들이 연예활동을 하는 것이 많이 두드러지기는 했지만, 그 이전에도 많은 모델테이너들이 많은 활동을 했었으나, 사회적 이슈가 되지는 못했다고 생각이 듭니다. 수많은 모델들이 방송 및 연예활동을 하였지만, 그동안은 그들의 역할들이 그다지 두드러지지 못했다고 생각합니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보진)

“특별히 두드러지고 있다고 생각하지 않는다. 주목 받는 천부적 소질을 지닌 모델 출신 배우 몇 명이 ‘두드러지다’라는 의미를 대표하진 않는다고 본다.” (CF감독 조찬호)

“패션모델은 신선한 외모와 무대에서 자신을 뽐낸다는 연예인스러운 재능, 큰 키 등 외모와 끼를 갖춘 사람들이 많습니다. 또한 연예인들의 활동 무대가 넓어지면서 영역에 대한 경계가 많이 허물어졌습니다. 모델과 배우, 가수 등을 병행하는 것이 가능해지면서 활동이 두드러지게 됐다고 생각합니다.” (tvdaily 기자 이현영)

위의 방송사 프로듀서와 CF감독의 의견은 과거부터 현재까지 많은 모델테이너들의 활동이 있었고, 사회적 이슈가 되지는 못한 것 같다는 의견을 제시해 주었다. 1980년대부터 시작된 모델테이너의 활동은 사실 큰 두각을 나타내지 못했다. 연기나 방송 활동을 시작하게 되면서 모델 활동을 접어두는 사례가 많았다. 런웨이, 에디토리얼 모델로 왕성한 활동을 보여주었던 톱모델 출신의 모델테이너들은 많았으나, 주연급 배우로 성장한 사례는 차승원을 제외하고는 찾아보기 힘들었다. 언론사 기자의 의견과 같이 만능엔터테이너를 선호하는 대중과 방송의 영향이 다양한 영역으로의 활동을 자유롭게 하였고, 이로 인해 엔터테이너의 활동영역의 경계가 없어짐과 동시에 일반 엔터테이너들의 평균 신장이 커짐으로써 상대역에 대한 제약 없어진 모델테이너들의 활동은 더욱더 활발해졌다. 한편 정통연기 발생보다 자연스러움이 강조되면서 모델 출신들이 선호되기도 하며, 차승원을 비롯하여 김우빈, 남주혁, 이종석, 안재현, 이수혁, 이성정, 이숨, 홍종현 등이 주연급 배우로 자리 잡고 성장하고 있으며, 한류 스타 대열에도 합류하고 있는 추세이다(스포츠조선 2013. 06. 03).

2. 모델테이너들의 활동에 대한 업계 평가

모델테이너들의 급부상은 미디어 환경의 변화와 맥을 같이하였다. 1990년대 후반부터 국내 방송사에서는 공채 탤런트 모집을 중단하게 되면서 연기자들을 데뷔시키는 주된 임무를 기획사가 맡게 되었다(헤럴드경제 2005. 12. 07). 스타시스템의 일환이었던 신비감 고조는 매니지먼트사 자회사에서 보유하고 있는 대형스타들의 프로그램 출연에 제약을 두어 영화, 드라마, CF 이외에서는 별다른 활동을 보여주지 않는 것으로 스타를 관리하였고, 또한 완벽한 신인은 부족한 인지도로 인하여 방송 출연이 쉽지 않았기 때문에 신인을 발굴하기 위해 기획사들은 자체 오디션 등 다

양한 채널을 통해 비주얼 적 측면에서 보증되는 모델 계로 눈을 돌리게 되었다. 이를 통하여 패션모델들이 연예계에 데뷔하여 잇달아 성공을 거두게 되면서 한 축을 형성하게 되었다(헤럴드경제 2005. 12. 07).

“모델뿐만 아니라 사실상 방송이나 영화 등에서는 많은 스타들을 필요로 하는 실정입니다. 하지만 우리나라 제작 시스템상 알려져 있지 않으면, 활동하기가 힘들다는 인식이 모델 뿐 아니라 다른 모든 연예활동을 하는 사람들에게 많은 기회가 돌아가서 콘텐츠를 개발하는데 제약이 없었으면 합니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보건)

“어렸을 때부터 체계가 확실한 모델계에서 활동했던 모델테이너들은 성품이 좋은 경우가 많습니다. 연기를 잘하고 개성이 뚜렷한 모델테이너가 늘어나면서 긍정적인 반응입니다. 요즘은 모델테이너 학과가 많이 생겼다고 들었습니다. 모델교육뿐만 아니라 연기, 노래, 춤 등도 가르친다고 하니 다재다능할 것이란 평가가 많습니다.” (tvdaily 기자 이현영)

“모델출신은 기본적으로 외모를 갖추고 있으며, 무대에 익숙한 직업의 특성상 다양한 분야에서 활약할 수 있는 자질을 갖추고 있기 때문에 패션모델계는 최근 연예계 입문의 장으로 불린다.” (텍시엔터테인먼트 연예매니지먼트 팀장 유승모)

“모델들이 다방면으로 활동 할 수 있는 많은 기회가 생겨 긍정적으로 보고 있습니다. 모델로서의 짧은 수명이 때문이 아니라 현재는 더 전문화된 방송인(MC), 연기자, 아티스트 등으로 데뷔를 시작하였으며, 이로 인해 각 전문기관에서는 높은 평가를 주고 있습니다.” (YG 케이블러스 매니지먼트 총괄이사 김성란)

“CF 계의 특성상 그 시대에 주목을 받고 있는 인물들 중 기업이나 상품을 대표할 수 있는 깨끗하고 바른 이미지를 찾을 수밖에 없다. 어떤 특정 직업군에서 주목받는 것에 대한 평가 자체가 이루어지지 않는다.” (CF감독 조찬호)

현재는 다양한 아티스트적 재능과 끼를 겸비하고 있는 모델테이너의 숫자가 증가하고 있는 추세이다. 이와 함께 완벽한 미남형 혹은 꽃미남, 개성 있는 마스크에 잘 가꾼 몸매를 지닌 모델들은 일단 시청자들의 시선을 모으기에는 제격이라고 평가받고, 톱스타 보다는 상대적으로 저렴한 출연료와 일정 규모의 ‘팬덤’을 가지고 있는, 젊고 신선한 스타로 포진시키는 것이 중요한 TV 예능프로그램은 지상파, 케이블 모두 모델테이너를 선호하게 되었다. 또한 비교적 제작비가 적은 케이블 드라마에서도 패션모델로서의 커리어와 스펙을 쌓은 모델테이너에게 주연 자리를 할애하고 있다(NEWSIS 2015. 04. 22). 반면 광고업계에서는 업계의 특성상 상당히 객관적 관점을 통한 엔터테이너에 대한 시각을 확인할 수 있었으며, 위의 언론사 기자의 답변을 통해 강한 위계질서와 성실함, 겸손함을 중요시 하는 패션모델업계의 특성이 모범과 일맥상통하여 모델테이너의 활동에 좋은 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.

3. 일반엔터테이너와 모델테이너의 차이점

90년대 초반에는 패션모델로서의 얼굴, 키, 몸매, 자세 등이 모델테이너의 활동에 걸림돌이 되기도 하였다. 사실 패션모델은 패션쇼에 서기 위한 표현력과 무대 테크닉과 무언의 연기에 불과하였기 때문에 대사 구사력에 있어 정통 연기와 확연한 차이를 보이는 문제점도 발생하였다.

“비주얼이라고 생각합니다. 큰 키에 잘 가꾸어진 몸매, 무엇보다 그것에 대한 신뢰성을 가질 수 있다고 생각이 듭니다. 하지만, 그로 인해 많은 단점도 가지고 있습니다. 모델들이 가지고 있는 생각이나 그 외 모델이 되기 위한 과정의 훈련들은 일반 엔터테이너들이 준비하는 과정과는 다분히 다르기 때문입니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보건)

“드라마, 영화, CF까지 모델테이너의 활동이 많아지면 서 일반 엔터테이너들과 차이점이 무색해지는 것 같습니다.” (tvdaily 기자 이현영)

“특별한 차이점은 없다. 겉모습에 차이점이 있다는 언급은 1차원적인 신체비교인 만큼, 능력에 대한 이야기는 아닌 것 같다. 사실 키 큰 것 말고는 별 차이는 없다.” (CF감독 조찬호)

이후 모델테이너들의 패션쇼와 화보 촬영을 하며 쌓은 커리어를 통해 눈빛, 표정, 몸짓 등 표현력에 대한 연습은 강점으로 작용하기 시작했다. 이미지 전달을 통해 교감을 극대화 시킬 수 있는 영화나 지상파 및 종편채널 드라마에서 두각을 나타내고 있으며, 2~3년간 방송 출연을 꾸준히 하며 그간 취약했던 화술, 대사, 정보 전달력 등을 보완해 나가고 있다. 또한 패션쇼로 익숙해진 특성은 단시간에 집중력이 매우 뛰어나 빠르게 몰입하고 어떤 눈빛과 자세가 멋스러운지 잘 알고 있다는 평가를 받고 있으며, 이는 모델 활동을 통해 갖고 닦은 그들만의 경쟁력일 것이라는 반응이다(NEWSIS. 2015. 04. 22).

4. 모델테이너의 취약점

모델테이너들의 대사 구사력이 크게 계발되지 못하고 있는 이유로 대사를 통한 정보 전달력이 중요한 지상파 드라마에서는 두각을 나타내지 못하였다. 실제로 모델 출신 연기자 중 몇몇은 부족한 감정표현과 연기력을 보여주거나 연기자의 기본인 발음에 문제점을 보이기도 하였다(헤럴드경제 2005. 12. 07). 미디어의 발달은 대중들의 비주얼 스타에 대한 욕구를 증가시켰다. 이로써 배우로서 남자는 얼굴이 개성적이더라도 신체적 조건이나 분위기를 중요시 하는 것으로 변화하기 시작하였고, 그 변화하는 과정 속에 타고난 재능과 연기력을 갖춘 모델테이너들을 속속 등장시키고 있다(연합뉴스 2015. 04. 03).

“우선 오랜 기간 연기를 준비를 하지 않았던 탓에 연기에 대한 생각이 많이 다릅니다. 드라마나 영화의 경우 비주얼보다는 아무래도 연기력이 뒷받침 되어야 한다고 생각하는데, 그들이 생각하는 연기와 그리고 자신의 캐릭터를 잡아가는 과정에서 아직도 많은 미숙함을 보이고 있습니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보진)

“전문 배우들보다는 연기력이 부족할 수 있다는 점이 있습니다. 비슷한 배역을 맡다보니 일반 엔터테이너보다 더 노력하지 않는 이상 한 이미지에 머무르는 경우도 있습니다.” (tvdaily 기자 이현영)

“감정표현의 자연스러움을 깨닫기까지 물리적인 시간이 필요하다.” (CF감독 조찬호)

4-1. 모델테이너가 보완해야 하는 점

같은 시기에 활동했던 모델출신은 비슷한 이미지로 인해 몇몇 모델테이너에게 같은 작품 제의가 들어오기도 하며, 늘 비슷한 캐릭터를 보여주기도 하였다. 캐릭터에 대한 철저한 분석 없이, 장점인 외적요소에만 치중한 중복되는 역할의 반복은 문제 될 수 있다. 따라서 본인 스스로 엔터테이너적 재능을 파악하고, 자신만의 특성을 끌어낼 수 있는 노력이 무엇보다도 필요함이 강조되고 있다.

“모델이외에 다른 활동을 위해서 그 방향에 있는 사람들보다 그 분야에 대한 철저한 분석이 아닐까 생각합니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보진)

“모델테이너는 다양한 무대 경험은 물론 외모와 끼를 기본적으로 갖추고 있다. 하지만 배우로 자리매김을 위해서는 연기에 대한 전문적인 기술을 더욱 긴밀하게 요한다.”(텍시엔터테인먼트 연예매니지먼트 팀장 유승모)

“모델의 수명이 짧아서, 모델테이너가 늘고 있기 때문에 단지 수명연장의 수단으로 모델테이너의 길을 선택해서는 안 된다고 생각합니다. 패션쇼, CF, 연기, 노래 등

다양한 재능이 있다는 장점을 더욱 부각시킬 수 있도록 노력해야 합니다.” (tvdaily 기자 이현영)

“CF, 영화, 연극, 드라마, 뮤지컬, 예능 어느 분야에서 연기를 하든 감정표현이 자연스러워야한다. 얼굴표정, 눈빛, 눈물, 무용, 손동작, 격투액션, 미소, 웃음, 에로틱 액션, 발성, 발음, 목소리 톤, 매너, 캐릭터 분석력, 씬 바이 트리트먼트 능력, 컷 투 능력 등등 자연스러운 감정표현, 세월이 흐른다고 생기진 않는다. 이전 모델테이너 뿐만은 아니다. 엔터테이너가 되기 위해 노력하는 모두에게 해당된다.” (CF감독 조찬호)

5. 전문가들이 인정하는 최고의 모델테이너

전문가들에게 평가받는 기준은 단연 연기력과 프로페셔널 함에 있었다. 대중문화 전문가들은 차승원, 유지태 등이 영화배우로 성공하면서 연기력에서 검증되지 않았던 모델 출신 연기자들에게 대한 부정적인 요소가 그들에 의해 많이 제거되었다고 평가한다(헤럴드경제 2005. 12. 07). 특히 차승원은 패션모델과 학생들 대상 설문에서 최고의 모델테이너로 선정되었으며, 전문가들이 인정하는 모델테이너로 조사되었다. 현재까지 영화 25편, TV 드라마 15편, 연극 1편, 광고 74편, 25편의 수상내역(위키백과 2015. 05. 16)에서 확인할 수 있듯이 뛰어난 연기력과 패션모델로서의 정체성을 잃지 않는 모습에서 최고의 모델테이너로 인정받고 있는 것으로 나타났다.

“물론 차승원입니다. 그는 충분한 연기력과 자신의 캐릭터를 확실히 잡았다고 봅니다. 최근 김우빈, 강동원, 조인성, 소지섭 이렇게 많이들 대표적이라고 말씀들 하지만, 그들의 인기에 비해 연기력이 많이 떨어지는 게 사실입니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보진)

“차승원, 1세대 모델테이너로서 연기력을 겸비함은 물론 중년의 나이임에도 끊임없이 패션쇼 무대에서도 열정을 보이는 등 후배들에게 모범이 됨.” (텍시엔터테인먼트 연예매니지먼트 팀장 유승모)

“강동원, 신비로운 매력뿐 아니라 그간 영화, 드라마 등 다양한 작품에서 이미지 변신을 계속 시도해왔습니다. 연기력, 외모, 큰 키까지 겸비했기 때문입니다.” (tvdaily 기자 이현영)

“차승원, 연기자의 길을 걸으면서도 모델에 대한 열정은 현직모델과 다를 바 없으며, 자기관리를 꾸준히 하며 모델 계에 있어서 아직까지 최고의 롤 모델이 되고 있는 연기자 및 모델이기 때문입니다.” (YG 케이플러스 매니지먼트 총괄이사 김성란)

“차승원, 오랜 연기경력(수십 편의 영화, 드라마, CF, MV, 예능-약 20년)으로 얻은 여유를 통해 각 분야별 맞춤형 캐릭터를 스스로 만들어 낼 줄 안다.” (CF감독 조찬호)

연예 매니지먼트사들에 의하면 패션모델은 모든 조건을 갖추었으면서도 무한한 상업적 잠재력을 갖춘 미완성단계의 상품이라고 평가하고 있다. 패션 업계에서는 패션모델을 제대로 가꾸고 포장하면 최고 상품으로 평가받을 수 있는 모델테이너가 될 것이라 기대한다. 따라서 일부 매니지먼트사는 신인 스타 발굴 하기에 주력하기보다 패션모델계에서 인재를 찾아 연예계로 진출시키는 일에 주력하기도 한다(헤럴드경제 2005. 12. 07).

6. 엔터테인먼트회사와 패션모델에이전시의 제휴

패션모델계는 젊은 배우 기근이라고 불리는 요즘 차승원에 이어 현재에는 김우빈, 김영광, 남주혁, 성준, 홍중현, 이성경, 이솜 등 다수의 모델테이너들이 신선한 마스크와 보기 좋은 비율, 또한 개성 있는 연기로 드라마와 영화를 넘나들며 대중들에게 큰 사랑을 받고 있다(스포츠조선 2013. 06. 03). 이에 배우 매니지먼트사들은 이들의 뒤를 잇는 스타 탄생에 대한 기대와 함께 대중들을 사로잡을 새로운 얼굴을 찾기 위해 앞 다투어 모델컴퍼니와 협업에 주력하

고 있는 것을 알 수 있었다. 이러한 작업은 패션모델과 배우 두 가지 영역을 세분화시켜 관리할 수 있다는 점에서 전문성을 인정받고 있는 추세이다(OBS 뉴스 2015. 03. 10). 더불어 한류에 힘입어 글로벌(global) 무대에서도 경쟁력 있는 만능엔터테이너(multi-entertainer)를 양성하기 위해 주력하고 있는 것을 엿볼 수 있었다.

“2014년 YG 엔터테인먼트와 제휴를 맺었습니다. 패션모델의 다양한 활동의 기회와 활동영역을 넓히기 위하여, 엔터테이너적인 요소를 좀 더 갖추기 위해 제휴를 맺었습니다. 뿐만 아니라 YG 엔터테인먼트의 기존 아티스트 및 연기자들도 패션계로의 영역을 넓히며 활동을 전개하기도 합니다. 예를 들어 패션쇼에 씨엘, 에픽하이, 워너가 출연하였으며 패션과 엔터테인먼트가 함께 가는 세련된 total 엔터테인먼트로 발전하는 것을 도모하고 있습니다. 따라서 국내 뿐 아니라 해외, 유럽, 미주, 아시아권에서도 폭넓은 활약을 기대하고 있습니다.” (YG 케이플러스 매니지먼트 총괄이사 김성란)

7. 앞으로 모델테이너들에 대한 회사의 계획

모델컴퍼니 케이플러스는 YG엔터테인먼트와 전략적 제휴를 통해 YG 케이플러스로 거듭났다. 합병 후 CJ E&M, 스토리플랜트와 함께 웹 드라마 공동제작을 통해 미디어 사업을 본격화 하고 있다. 또한 에스팀은 나무 액터스, 매니지먼트 숲과 MOU 체결을 하였다(OBS뉴스 2015. 03. 10). 이 회사들은 현재의 대중문화의 흐름을 빠르게 읽고, 매스미디어가 다각화되는 시점에서 패션모델들의 엔터테이너적 재능을 빨리 파악하여 연예계뿐만 아니라 패션계, 예술계 등 다양한 범위에서 패션모델의 본질을 잃지 않으면서도, 새로운 시도를 통해 패션모델 업계의 발전과 대중들의 니즈(needs)를 충족시키기 위한 전략으로 파악되며, 자회사의 모델테이너를 위해 각각 연기자 활동과 모델 활동을 담당하며 모델테이너에게 각 분야의 전문화 된 매니지먼트 시스템을 지원을 할 것으로 보인다.

“워킹, 포즈 등 모델수업 외에도 표정연기, MC, 보컬 등 다양한 영역까지 체계적인 커리큘럼 안에서 강사진을 섭외하여 강의 진행함으로써 실력 있는 연기자를 배출하며 이로 인해 또 다른 시너지 효과를 얻고자 합니다. 이 흐름을 반영하여 연기, 댄스, 보컬, 개그, 운동, 다양한 현장경험 등 여러 분야에서 활동 할 수 있도록 다양한 커리큘럼이 늘어났을 뿐 아니라 특히 연기 전문반을 개설해 많은 연기자들을 배출하고 양성하고 있습니다.” (YG 케이플러스 매니지먼트 총괄이사 김성란)

“연기적인 부분을 더 보완하고 더욱 다양한 이미지를 발굴해내 다양한 캐릭터를 소화할 수 있는 배우로 자리매김 시킬 계획입니다.” (택시엔터테인먼트 연예매니지먼트 팀장 유승모)

8. 향후 모델테이너에 대한 전망

모델컴퍼니와 대형엔터테인먼트의 전략적 제휴를 통해 알 수 있듯, 모델테이너에 대한 업계의 전망은 긍정적으로 나타났다. 미인의 사회적 권력화와 성공을 이루는 보장자산과 같은 사회적 특성, 전 세계적 미의 동질화가 맞물리게 되면서 모델테이너들의 외모는 남녀 모두가 원하는 비주얼의 ‘워너비(wannabe)’가 되며, 대중문화의 새로운 ‘아이콘’으로 자리 잡기 시작하였다(NEWSIS 2015. 04. 22). 미디어의 발달과 대중문화의 확산은 다재다능한 만능엔터테이너를 원하게 되고, 엔터테이너의 활동영역에 경계가 흐려진 현재의 특성은 모델테이너의 활동을 활발하게 만들게 되어 긍정적인 전망을 보이고 있다.

“좋은 전망이 될 것이라 생각합니다. 예전엔 사실상 그들의 큰 키와 모델로서의 표정들이 많은 걸림돌이 되었습니다. 하지만 요즘 그런 점들이 많이 보완되어 비주얼적인 면부터 내면까지 받쳐진다면, 그들은 정말 좋은 조건을 가진 엔터테이너라고 생각이 듭니다.” (SBS 제작본부 교양국 PD 김보진)

“갈수록 빠르게 소비되며 순환하고 있는 연예계에서 가장 쉽게 원석을 발견할 수 있는 장으로 불리며, 크게 성장한 모델테이너 시장은 신선함을 찾는 관계자들이 제일 먼저 눈을 돌리는 곳이다. 이미 자리 잡은 모델테이너를 롤 모델로 삼아 향후 더욱 많은 모델테이너의 활약이 이어질 것으로 보인다.” (텍스엔터테인먼트 연예매니지먼트 팀장 유승모)

“그간 차승원, 강동원, 이종석, 김우빈, 홍진경 등 많은 모델테이너들이 활발하게 진출했고 연예계에 자리 잡았기 때문에 더 늘어날 수 있을 것 같습니다. 패션쇼 모델도 연예인이 서는 경우가 많으므로 모델테이너를 더욱 선호하지 않을까 싶습니다.” (tvdaily 기자 이현영)

“폭넓은 모델시장에서 모델테이너에 대한 전망은 밝고, 다양한 활동과 함께 모델출신 연기자로 거듭날 수 있는 기회가 많이 주어질 것이라고 봅니다.” (YG 케이플러스 매니지먼트 총괄이사 김성란)

“엔터테이너(배우, CF모델, 연극, 드라마, 영화, 예능, 뮤지컬 등)가 되기 위해 노력하는 일반적인 루트보다 모델이라는 직업을 거치면 얻을 수 있는 이득은 있다. 그러나 일반적인 루트(연기전공, 가수출신, 댄서출신, CF전문모델출신, 길거리캐스팅, 개그맨 등)를 통해 엔터테이너가 되기 위해 노력하는 도전자들이 얻는 이득과 거의 같은 수준에 불과하다. 결과론적으로 보면 개인의 기본적인 능력의 수준에 의해 전망에 대한 결과치가 나올 것 같다.” (CF감독 조찬호)

전문가의 인터뷰 종합분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 모델테이너의 활동 초창기 단지 패션모델 출신이

라는 타이틀로 활동하며, 부족한 연기력과 일반엔터테이너와 차이나는 신체조건은 오히려 걸림돌이 되었다. 이로 인하여 조연에 국한되었던 모델테이너의 활동은 과거와는 달리, 차승원과 일부 모델테이너의 성공적인 아이콘 등극으로 자리매김하며 부정적 요소들은 많이 사라지고 있다. 또한 만능엔터테이너를 선호하는 방송은 모델테이너의 활동영역의 경계를 허물고 다양한 영역으로의 활동을 자유롭게 하였다. 둘째, 현재는 다각화되고 있는 매스미디어의 발달이 모델테이너와 패션모델에이전시, 엔터테인먼트 산업을 진화시키고 성장시키고 있다. 셋째, 엔터테이너는 천부적인 재능도 중요하지만, 스스로 기본적 소양과 재능을 더 가중시킬 수 있는 노력이 수반되어야만 최고의 엔터테이너로 성장할 수 있음을 시사하고 있다. 넷째, 다각화된 미디어의 발달과 미디어 중심의 확실적인 미래에 대한 열망은 비주얼 스타에 대한 대중들의 니즈(needs)를 강하게 만들었으며, 이들의 활동을 활발하게 만들어 다양한 끼와 재능을 갖춘 모델테이너들의 수를 증가시키고 있었다. 다섯째, 대형 엔터테인먼트의 전문화된 매니지먼트가 패션모델들의 엔터테이너적 재능을 빨리 파악하여 연예계뿐만 아니라 패션계, 예술계 등 다양한 범위에서 패션모델의 본질을 중요시하며 새로운 시도를 하고 있다. 이를 통해 무한한 상업적 잠재력을 갖춘 미완성단계의 상품에서, 체계적인 관리와 훈련과정을 통해 그 능력을 극대화시켜 ‘스타’로 등극시키고 있었으며, 산업적 기능을 효율적으로 수행하고 있는 것을 확인 할 수 있었다(김웅래, 2005). 이상의 전문가를 대상으로 한 인터뷰 분석 내용을 종합 정리한 결과는 다음 <표 4>와 같다.

표4. 전문가 대상 인터뷰 분석

과거	진화 과정	현재
1990년대	2000년대	2015년
<ul style="list-style-type: none"> • 톱모델 출신 모델테이너 등장 • 패션모델 활동 중단 • 패션모델 타이틀로 활동 • 조연, 단역 역할 국한 <p><문제점> ※ 부족한 연기력 ※ 부정확한 발음 ※ 반복되는 비슷한 캐릭터 ※ 패션모델의 신체조건 부정적 요소로 작용</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 매스미디어의 발달 • 방송사공채모집 중단 • 기획사들의 모델계에 대한 관심확대 • 모델테이너 확산 • 한류의 글로벌화 • 대중문화의 확산 • 비주얼 스타에 대한 욕구 강화 • 만능 엔터테이너에 대한 대중의 니즈 (needs) • 모델테이너의 역량진화 	<ul style="list-style-type: none"> • 주연급 모델테이너 증가 • 모델테이너 대중문화 새로운 아이콘 등극 • 패션모델의 본질 중요시하며 활동영역 확대, 패션 모델 병행(영역확대시기 3~4년) • 다재다능하고 아티스트적모델테이너 증가 • 일반엔터테이너의 평균신장 높아짐 • 모델테이너의 외적요소에 대한 신뢰성 • 엔터테이너의 활동영역에 대한 고려진 경계 • 패션모델업계의 위계 특성 좋은 영향으로 작용 • 패션모델에이전시와 엔터테인먼트회사 제휴(매니지먼트강화와 효율적 관리 글로벌 모델테이너 양성 주력)

IV. 결론 및 시사점

21세기는 문화의 시대라고 하였다(김영삼, 2006). 대중문화의 확산은 미디어 환경을 변화시켰고, 이로 인해 신체의 아름다움이 상품화되는 사회적인 특성(김선우, 이유리, 2012) 대중들로 하여금 엔터테이너를 ‘워너비(wannabe)’또는 ‘아이콘(icon)’으로 등극시켰다. 미디어의 발달과 함께해 온 패션모델의 다양해진 활동영역은 ‘모델테이너(modeltainer)’라는 신조어를 등장시켰다. 패션산업과 대중문화산업은 융합을 통해 새로운 부가가치를 창출하고, 국가의 품격을 높이는 산업으로 각광 받고 있으며, IT산업과 융합하여 경쟁력을 갖추며 진화하고 있다.

본 연구는 전문가 5인의 심층인터뷰 분석을 통해 모델테이너 현상에 대한 사회·문화적 요인, 모델테이너 활동 형태 등으로 구분하여 결과를 도출하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 과거부터 많이 찾아볼 수 있었던 모델직업의 수명연장 수단인 활동영역확대는 패션모델로서의 본질을 잃지 않고, 다양한 활동을 병행하는 것으로 특성이 나타났으며, 패션모델경력 3~4년 정도로 영역확대시기도 빨라졌다.

둘째, 패션모델로의 커리어와 비주얼은 모델테이너들이 활동영역을 확대하고자 하는 초창기 시기에는 방해 요소가 되었지만, 현재는 완전한 장점으로 작용하고 있다. 패션쇼 무대의 경험과 화보 촬영을 통한 집중력과 빠른 몰입, 감수성과 표현력은 모델출신만의 경쟁력 되었고, 현재 많은 모델테이너들이 시청자와 교감하는 영화나 케이블 드라마에서 두각을 나타내고 있다.

셋째, 대중문화의 확산은 방송환경의 변화 즉, 채널의 증가와 새로운 콘텐츠의 생성, 케이블방송 채널 선호 현상은 많은 엔터테이너를 필요로 하며, 패션모델의 활동영역의 경계를 허물었다. 이 흐름의 특성으로 모델컴퍼니와 제휴한 엔터테인먼트회사의 강화된 매니지먼트와 체계적인 관리 또한 성공을 거둘 수 있는 사회적 요인으로 작용하고 있다.

넷째, 영화, 지상파, 케이블 예능프로그램은 개성 있는 마스크와 비주얼로 시청자들의 주목을 끌고 일정한 규모의 ‘팬덤’을 가지고 있는, 모델테이너를 선호하며 주연으로 활용하고 있다. 미디어 중심의 획일적인 미에 대한 열망은 패션모델의 인기를 가속시켜 대중문화의 아이콘으로 등극시키고 있었다.

다섯째, 빠르게 소비되고 변화하는 방송콘텐츠와 영화계는 모델테이너들의 활동영역을 광범위하게 만들었다. 대형 엔터테인먼트회사의 전문화된 매니지먼트가 미완성단계의 상품의 모델테이너들을 글로벌 경쟁력으로 성장시킬 것으로 전망하며, 체계적인 관리와 훈련을 통해 능력을 극대화시키고, ‘스타’로 만들기 위해 산업적 기능을 효율적으로 수행하고 있다.

패션모델은 이제 단순히 패션 산업의 도구적 존재였던 시대를 지나 다수의 패션모델들이 런웨이를 넘어서 더 넓은 영역으로 확장을 통해 ‘스타’로 군림 하고 있다. 수많은 엔터테이너들로부터 스스로를 특화시킬 수 있는 모델테이너만의 전략은 패션모델로서의 정체성을 잃지 않는 것으로 나타났다. 사회는 이제 패션모델에게 아티스트적 재능, 연기력, 프로그램진행 능력, 세계적 패션쇼 무대에서의 활동 등 다양한 재능을 요구하고 있다. 분야를 가리지 않는 유연함을 통해 패션모델 업계의 질적 성장과 대중들의 니즈(needs) 충족을 위해서는 우선 패션모델로서 정체성 확립이 중요시 되어야 할 것이다. 또한 현 시대의 흐름에 따라 변화를 거듭하고 있는 패션모델업계와 다양한 매체의 융합에 관한 실증적·정성적 후속연구의 지속이 필요하다.

참고문헌

김명희, 김선화(2008). 시대에 따른 패션모델의 이미지변화에 관한 연구. **복식문화연구**, 16(4), 735-747.

김선우, 이유리(2012). 아름다움이란 무엇인가? : 대한민국 2,30대 여성의美인식에 대한 근거 이론적 접근. **소비자학 연구**, 23(2), 351-382.

김영삼(2006). 현대 패션에 나타나는 대중문화의 영향에 관한 연구. **한국복식학회**, 56(7), 58-67.

김용래(2005). 대중 문화산업과 스타시스템. **한국문화학회**, 6(3), 165-191.

김현정(2010). **국내패션모델 에이전시의 매니지먼트 산업 연구**. 동덕여자대학교 공연예술대학원, 석사학위논문.

김혜정, 조재경(2014). 대중문화에서 나타나는 소비자 감성적 가치 창출에 관한 연구. **한국디자인문화학회지**, 20(2), 127-136.

방하은(2014). **한국 대중문화패션에 표현된 해학적 특성**. 서울대학교 대학원, 석사학위논문.

송도영(2006). 한국 대중문화의 혼성적 형성과정과 한류문화 담론. **한국사회역사학회**, 9(4), 35-74.

송지혜(2015). **브랜드 자산으로서 기획형 엔터테이너의 활동 양상에 관한 연구 : 대중가수 사례를 중심으로**. 한양사이버대학교 경영대학원, 석사학위논문.

이유리(2001). **20세기 패션모델의 변천과 사회적 배경에 관한 사적 연구**. 동덕여자대학교 디자인대학원, 석사학위논문.

양의식(2004). **패션의 변천사에 따른 패션모델의 시대적 특성에 관한 연구**. 한양대학교 언론정보대학원, 석사학위논문.

양의식, 양해술(2008). 패션모델의 직무분석. **한국콘텐츠학회 논문지**, 8(9), 101-114.

은하연, 안기주(2008). 스타시스템 후광효과를 위한 소역할화 연구: SM 엔터테인먼트의 매니지먼트 전략을 중심으로. **한국엔터테인먼트산업학회**, 2(2), 68-78.

정재경(2013). **콜라보레이션을 통한 패션모델의 활동영역에 관한 연구**. 홍익대학교 산업미술대학원, 석사학위논문.

최정은(2013). **패션모델에 나타난 포스트모더니즘적 이미지에 관한연구**. 동덕여자대학교 공연예술대학원, 석사학위논문.

패션전문자료사전

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=275941&cid=50342&categoryId=50342>

한경경제용어사전

<http://s.hankyung.com/dic/>

<해외문헌>

Winter, A. A. and S. Goodman. (1978). *Fashion Advertising and Promotion*, Fairchild Publication.

Mulvey, K. & Richard, M. (1998). *Feminine*, London: Hamlyn.

Spiggle, Susan. (1994). *Analysis and Interpretation of*

Qualitative. *Data in Consumer Research*, 21, 491-503.

Strauss, Anselm L. and Juliet M. Cobin. (1990). Basics of qualitative research : grounded theory procedures and techni, 신경림 역(2001), 근거이론의 단계, 현문사.

<기사 및 보도자료>

매일경제 **고양에 1조 K벨리...朴 “문화는 21세기 연금술”** 2015.02.12. <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2015&no=141454>

중앙일보 **한국 패션 1세대 디자이너 노라 노 패션쇼 5주년** 2006.10.25. http://article.joins.com/news/article/article.asp?total_id=2487216

조선일보 **대한민국 제1호 남성모델** 2010.10.27. http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2010/10/26/2010102602200.html

두산백과 <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1169489&cid=40942&categoryId=32087>

동아일보 **백조가 된 '미운 오리새끼'연기들과 모델테이서가 뜬다** 2014.09.25. <http://news.donga.com/3/all/20140925/66695831/1>

네이버캐스트 2011.11.24.; 2015.03.21. 검색 http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=6875

쿠키뉴스 **아이돌 가고 모델 왔다... 대체는 모델 출신 연기자** 2014.11.26. <http://news.kukinews.com/article/view.asp?arcid=0008893878&code=41181111&cp=nv>

news1 **연예인수입 천차만별..가수는 '최고', 모델·성악가 '최저' 국제청 통계.. 가수 평균수입 4480만원.. 모델 940만원** 2014.01.05. <http://news1.kr/articles/?1481398>

한국경제 **연예인 年평균수입 3473만원...30대그룹 직원의 절반** 2013.08.05. <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2013080438311>

enews24 **[스페셜리포트] 톱모델이라는 화려함의 명과 암... 그들이 런웨이를 떠난 이유** 2014.05.23. <http://enews24.interest.me/news/article.asp?nsID=406621>

매일경제 **패션모델, 빛 좋은 개살구 '실상은 생계형 노동자'** 2013.08.05. <http://fashion.mk.co.kr/view.php?no=678081&year=2013>

매일경제 **'패션모델' 평균 연봉 940만 원 "수입 일정치 않아 생**

활고 겪어" 2014.01.06. <http://fashion.mk.co.kr/view.php?no=25424&year=2014>

<http://blog.naver.com/powerwatch/140184264792>
인터뷰 365 **[2014 연말결산 ①] 한해를 움직인 대중문화 키워드, 영화 '명량'·TV '비지상파'·가요 '콜라보'** 2014.12.24. <http://www.interview365.com/news/70369>

한국일보 **[남자모델의 세계] "연예인 돼야죠" 남자모델 외도를 꿈꾸다** 2007.10.26. <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=038&aid=0000405229>

매일경제 **차승원 "테뷔 초 감독들이 날 싫어했다"** 2013.02.26. http://star.mk.co.kr/v2/view_arts.php?no=229255&year=2013

스포츠조선 **제2의 차승원을 꿈꾼다...모델 출신 배우 맹활약** 2013.06.03. <http://sports.chosun.com/news/ntype.htm?id=201306050100021690001567&serviceDate=20130604>

헤럴드경제 **'모델' 출신 연예인 급부상...미디어환경 변화 때문** 2005.12.07. <http://entertain.naver.com/read?oid=112&aid=0000023583>

NEWSIS **[이슈진단①]차승원부터 김우빈까지...모델은 어떻게 국민 아이콘이 됐나** 2015.04.22. http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20150421_0013614420&clD=10601&pID=10600

연합뉴스 **런웨이 떠난 새내기 연기자들, 성적표는?** 2015.04.03. <http://entertain.naver.com/read?oid=422&aid=0000110753>

OBS뉴스 **YG·매니지먼트 숲 연예기획사, 왜 모델 에이전시와 손 잡나** 2015.03.10. <http://www.obsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=875154>

<홈페이지>

한림연예예술고등학교 홈페이지
<http://www.hlyes.hs.kr/>

국민대학교 평생교육원 홈페이지

https://kma.kookmin.ac.kr/university_introduction_model.html

<검색사이트>

네이버 <http://www.naver.com>
구글 <http://www.google.co.kr>

국문초록

본 연구는 전문화되어가고 있는 패션모델의 모델테이너 활동을 학문적으로 규명하는데 목적을 갖는다. 연구를 진행하기 위한 방법으로 문헌연구와 패션모델과 학생대상 인식조사, 업계전문가로 구성된 5인의 심층인터뷰를 병행하였다. 연구를 진행한 결과 현재 모델테이너의 활동특성은 다음과 같다. 패션모델들이 직업 수명을 연장하는 하나의 방편으로 방송이나 영화로 활동영역을 확장하여 활동했던 과거와는 달리 현재는 패션모델로서의 본질을 지키고 동시에 다양한 활동을 병행하며 'multi modeltainer'의 역할을 수행하는 것으로 특성이 나타났다. 따라서 활동영역확대 시기도 패션모델경력 3~4년 정도로 비교적 빨라졌으며, 패션모델의 신체조건과 커리어는 활동영역확대에 있어 완전한 강점으로 작용하고 있었다. 더불어 방송환경의 변화 즉, 채널의 증가와 새로운 콘텐츠의 생성, 케이블방송 채널의 인기는 많은 엔터테이너를 필요로 하고 있으며, 전 세계적 美의 동질화는 '한류'의 영향을 받아 모델테이너들의 역량을 글로벌 무대에서도 경쟁력 있는 엔터테이너로 성장시킬 것으로 전망하고 있다. 따라서 현재 모델컴퍼니와 전략적 제휴 또는 MOU를 맺거나 다수의 모델테이너를 보유하고 있는 엔터테인먼트 회사는 상당한 이슈가 되고 있으며, 모델테이너를 체계적으로 교육 및 매니지먼트 함으로써 산업적 기능을 수행하고 있는 것을 통해 상당히 긍정적인 전망을 갖고 있는 것을 확인 할 수 있었다.

주제어 : 패션모델, 활동영역, 정체성, 모델테이너, 엔터테이너

논문투고일: 2021. 10. 18.

논문심사일: 2021. 11. 19.

심사완료일: 2021. 12. 13.