

드랙 메이크업에 관한 사회적 인식과 전망

양희성 · 김금란[†]

송원대학교 미용예술학과

Social Awareness and Prospects for Drag Makeup

Huiseong Yang and Geumran Kim[†]

Dept. of Beauty and Arts Songwon University, Gwangju, Korea

Abstract: This study surveyed male and female subjects aged 10–50 nationwide using an online questionnaire to assess social awareness and prospects of drag makeup, a growing culture of self-expression in modern society. Approximately 72.3% of participants were unfamiliar with drag, and 85.0% reported no experience with drag performance. Regarding perceptions of drag performance, the most common responses were “strange” and “novel.” Awareness of “drag makeup” was generally “positive,” suggesting favorable prospects for its future and its potential impact on the expansion and development of the makeup industry. While the study found that social awareness of drag and drag makeup remains low, the impact on the makeup field’s growth and prospects in the performing arts is considered positive. A limitation of the study was the difficulty in accessing data from previous studies because of the limited awareness and popularity of drag and drag makeup. Therefore, as drag continues to develop and expand, further research with more diverse data is required.

Key words : drag(드랙), drag makeup(드랙 메이크업), social awareness(사회적 인식), prospect(전망), positive(긍정적)

1. 서 론

최근 드랙은 유튜브, 공중과 방송, 패션쇼, 화보 등 다양한 분야에서 사람들의 호기심을 증가시키며 새로운 공연예술문화로 등장하고 있다. 특히 공연에서 행해지는 드랙 메이크업은 성별의 한계를 벗어난 새로운 캐릭터 창출이 가능하여 분장 등 다양한 메이크업 특성 등이 사람들의 관심을 집중시키고 있다.

드랙은 성별의 이분법적인 구분을 벗어나 자기 자신을 드러냄으로써 화려한 의상과 메이크업을 통해 립싱크 공연 등을 진행하는 퍼포먼스 문화로 크게 드랙 퀸과 드랙 킹으로 분류된다. 드랙 메이크업 또한 남성이 여성의 메이크업을 하는 드랙 퀸 메이크업과 여성이 남성의 메이크업을 하는 드랙 킹 메이크업으로 나뉜다.

이러한 드랙은 현대사회에서 자기표현의 새로운 문화로 자리잡아가고 있으며 유튜버 등 영향력 있는 사람들이 드랙 메이크업을 커버하고 콜라보를 진행하면서 사람들의 이목을 집중시켜 다양한 마케팅 효과와 함께 새로운 문화의 접근에 한걸음 다가가고 있는 추세이다. 따라서 드랙 메이크업에 관한 대중들의 기대가 점차 증가하고 있다.

그러나 드랙 문화에 관한 연구는 아직 미비하여 새로운 공연예술문화로 떠오르고 있는 드랙문화의 연구다양성을 확대하

고 공연문화예술의 발전을 위하여 드랙 메이크업의 사회적 인식과 전망에 관한 연구의 필요성을 제기한다.

현재 드랙 관련 연구는 국내 드랙 아티스트들의 메이크업의 조형적 특성을 분석한 연구 Yoon and Park(2023)이 있으며 드랙 퀸 메이크업의 팝아트적 특성을 분석한 연구 Moon et al. (2019)와 드랙 퀸 메이크업과 헤어스타일을 연구한 Hoo(2015) 등이 있으나 연구의 다양성에 한계가 있다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구는 드랙 메이크업의 사회적 인식과 전망에 관해 파악하고자 전국에 거주하는 10~50대 일반인 남녀를 대상으로 온라인 설문지를 통해 2024년 5월 29일부터 6월 7일까지 실시하였으며 설문지 350부 중 조사 가능한 총 300부를 최종 분석에 사용하였다. 설문 자료는 SPSS 25.0을 사용하여 빈도 분석, 교차분석을 실시하였으며 본 연구를 통해 향후 드랙문화 연구의 다양성을 확대하고 뷰티 산업과 공연문화예술 발전을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 드랙 메이크업

2.1.1. 드랙

드랙(Drag)이란 ‘사회에 주어진 성별의 정의에서 벗어나는 걸모습으로 꾸미는 행위’이다. 이러한 의미의 드랙이라는 용어는 1870년부터 사용되기 시작하였으며 당시에는 극장계에서 사용되던 은어가 퍼진 것으로 원래는 긴 치마나 망토 등의 의상이 무대 바닥을 휩쓸면서 지나가는 것을 표현한 뜻이었다(“Drag”, 2024).

2000년대에는 드랙(“Seven Korean Drag”, 2023)은 여성으로

[†]Corresponding author: Geum Ran Kim

Tel. +82-62-360-5870

E-mail: silk@songwon.ac.kr

©2024 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

분장한 남성 또는 드레스 입은 트랜스젠더 정도로 취급하였지만 최근에는 드랙을 자기표현의 수단 중 하나의 문화로 인식하고 있다. 드랙의 특성은 남성 또는 여성, 성별을 이분법적으로 구분하지 않는 데에서부터 시작한다. 성별 전환적인 행위에서 벗어남으로부터 시작되며 이분법적인 성 역할 의식에 도전하고 의문을 던지며 이로 인한 모순과 허위를 폭로하고자 하는 사회 풍자의 의미가 있다(Kim, 2020).

일부에서는 드랙과 트랜스젠더(Transgender)가 같다고 생각하는 경향이 있으나 드랙은 트랜스젠더와는 다르게 본인의 성 정체성을 남성이라고 지칭하고 있으며 드랙 퍼포먼스 중에만 자신을 여성이라고 칭하는 차이점이 있다. 이러한 해석들로 인해 드랙은 성소수자만이 할 수 있는 행위라는 과거 인식에서 점차 벗어나고 있으며 이분법적 성별 구분, 사회적인 편견 또는 시선을 탈피한 자기 자신의 자유로운 표현으로 스스로 한계가 없음을 시사하고 있다.

2.1.2 드랙 메이크업

드랙 메이크업은 아트메이크업에 속하며 분장 또는 공연 예술 메이크업의 한 분야이다. 남성과 여성의 이분법적인 구분을 벗어남으로써 자신의 내면에 있는 당당함 등을 메이크업으로 과장되게 표현하는 메이크업이다. 드랙 메이크업은 성별의 전환을 기본으로 하는 메이크업으로 남성이 드랙 메이크업을 할 경우 ‘드랙 퀸 메이크업’이라 하며 반대로 여성이 드랙 메이크업을 진행할 경우 ‘드랙 킹 메이크업’이라고 한다.

드랙 퀸 메이크업의 가장 중요한 특성은 피부는 살키하게 표현하며 아이메이크업의 경우 눈썹은 기존 눈썹을 커버하고 과감하고 과장되게 표현하며 깊은 아이홀과 화려한 속눈썹 등을 통한 아이메이크업의 강조를 들 수 있다. 또한 다양한 오브제의 활용을 통해서도 내면의 아름다움을 표현할 수 있다. 이와 다르게 드랙 킹 메이크업의 경우 남성적인 윤곽 컨투어링 메이크업이 두드러지게 나타나며 해의 유명 남성 아티스트들을 커버하는 메이크업으로 많이 표현된다. 이러한 드랙 메이크업은 기본적으로 아트 메이크업의 테크닉을 사용하고 있는데 아트 메이크업의 표현기법에는 에어브러시 기법, UV 형광물감과 블랙라이트 기법, 오브제 기법, 회화적 기법, 일루미네이션 기법 있다. 이 중 회화적 기법은 브러시나 스펀지 등 다양한 도구들을 통해 그림을 그리듯 표현하고, 색채를 점층적으로 입히는 그라데이션 기법과 브러쉬의 결을 살려 표현하는 기법, 점과 선을 이용해 면을 채색하는 짐작 기법, 브러쉬 크기에 따른 표현 방식을 이용한 브러싱 기법 등이 있다(Yim et al., 2021).

드랙 아티스트들은 이러한 기본 테크닉을 바탕으로 T. P. O (Time, Place, Occasion)에 따라 오브제를 사용하여 더욱더 화려하고 강렬한 드랙 메이크업을 표현, 연출하기도 한다.

2.2. 드랙 공연과 메이크업 특성

드랙 메이크업은 과거부터 지금까지 뮤지컬에서 다양하게 활용되어 오고 있다. 가장 대표적으로 잘 활용하고 있는 작품들

로 ‘헤드윅(Hedwig)’, ‘렌트(Rent)’, ‘킹키부츠(Kinky Boots)’, ‘록키호러쇼(Rocky Horror Show)’ 등이 있다.

2.2.1. 뮤지컬 ‘헤드윅’

뮤지컬 ‘헤드윅’에서 드랙 메이크업의 특성은 얇고 긴 눈썹과 깊은 아이홀에 핑크계열의 색을 통해 화려함과 입체적인 눈매를 표현하고 립은 핑크 아웃커브 립으로 립 안쪽에 강한 필을 올려 화려함을 극대화한다(Fig. 1).



Fig. 1. Hedwig. <https://tvdaily.co.kr/>.

2.2.2. 뮤지컬 ‘렌트’

뮤지컬 ‘렌트’에서 ‘엔젤’의 메이크업 특성은 드랙 퀸의 역할이지만 드랙 메이크업보다는 데일리 메이크업에 가깝다고 할 수 있는데 드랙 메이크업에서 흔히 볼 수 있는 아이홀을 강조하는 메이크업을 하지 않고 자연스러운 아름다움을 강조하고 있기 때문이다(Fig. 2).

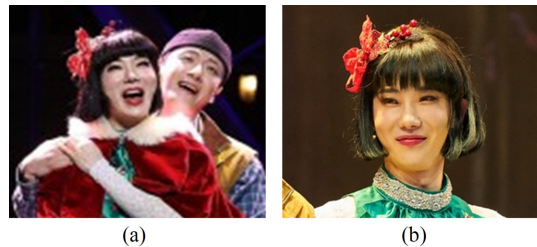


Fig. 2. Rent; (a)Rent, (b)Rent. (a) <https://www.yna.co.kr/>; (b)<https://www.yna.co.kr/>.

2.2.3. 뮤지컬 ‘킹키부츠’

뮤지컬 ‘킹키부츠’에서 ‘롤라’의 메이크업 특성은 높은 아치형 눈썹과, 깊은 아이홀과 블루 새도우, 강렬한 레드 오버 립으로 드랙 퀸 메이크업의 대표적 특성을 잘 표현하고 있다(Fig. 3).



Fig. 3. Kingky boots; (a)Kingky boots, (b)Kingky boots. (a)<https://m.entertain.naver.com/>; (b)<https://www.newspim.com/>.

2.2.4. 뮤지컬 ‘록키호러쇼’

‘록키호러쇼’의 메이크업 특성은 드랙 메이크업의 특성이 아주 많이 이용이 되며 눈꼬리를 올린 캣츠 아이메이크업과 진한 립, 선정적인 의상을 통해 인간의 기본 욕구 표출을 표현하고 있다(Fig. 4).

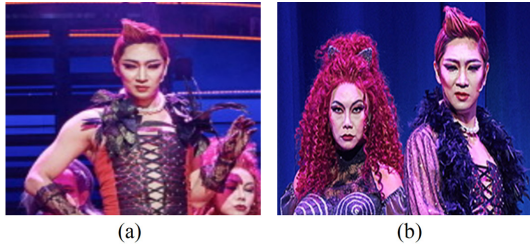


Fig. 4. Rocky horror show; (a)Rocky horror show, (b)Rocky horror show. (a)<https://ch.yes24.com/>; (b)<https://sports.khan.co.kr/>.

2.3. 드랙 아티스트와 메이크업 특성

2.3.1. 국외 드랙 아티스트

미국의 경우 ‘루폴(Rupaul)’은 ‘루폴의 드래그 레이스(Rupaul’s Drag Race)’라는 서바이벌 경연 프로그램을 2009년부터 현재까지 약 15년 동안 본편 16시즌과 올스타 8시즌을 방영함으로써 드랙이라는 문화를 대중들에게 접근하기 쉬운 문화로 자리 잡게 하였다. 또한 ‘루폴’은 해외에서 가장 영향력 있는 드랙 퀸으로 손꼽히며 드랙 문화를 메인 스트림으로 영향력 있게 만든 인물로 2017년 미국 ‘타임즈’가 선정한 가장 영향력 있는 인물 100인에도 선정되기도 하였다.(“Rupaul”, 2024)

Fig. 5는 루폴의 드랙 메이크업 전/후 비교사진으로 그의 메이크업 특성은 풍성한 속눈썹으로 깊은 아이홀과 눈매를 강조하고 립 라인을 오버 립으로 확장시켜 입술 안쪽으로 갈수록 밝은 색 그라데이션을 이용해 립 메이크업에 중점을 둔다.



Fig. 5. Rupaul. <https://www.instagram.com/>.

‘김치(KimChi)’ 또한 미국의 드랙 퀸으로 미국 지상파 방송에 출연한 최초의 한국계 미국인 드랙 퀸이며 한국에서도 가장 유명한 해외 드랙 퀸이다. ‘루폴의 드래그 레이스 시즌 8’에 출연해 최종 3위라는 성적을 통해 이름을 알렸다.

Fig. 6는 김치의 드랙 메이크업 전/후 비교사진으로 그의 메이크업 특성은 높은 아치형 눈썹과 눈 밑 언더를 화이트 색도우로 강조함으로써 눈이 확장되어 보이게끔 강조하는 메이크업을 주로 하며 광대윤곽은 선을 통한 그라데이션 기법을 사용하여

여 강조하기도 한다.

‘트릭시 마텔(Trixie Mattel)’은 해외에서 매우 유명한 드랙 퀸으로 ‘루폴의 드래그 레이스’에 참가하였으며 올스타 시즌 3에서 우승을 차지하였다 (Fig. 6).



Fig. 6. Kimchi. <https://www.instagram.com/>.

Fig. 7은 트릭시 마텔의 드랙 메이크업 전/후 비교사진으로 그의 메이크업 특성은 높고 과한 아치형 눈썹과 과한 속눈썹, 언더 라인을 화이트로 강조함으로써 눈매를 더욱 강조한다. 또한 광대윤곽 셰딩을 대각선이 아닌 가로 선을 주로 이용하여 그라데이션 하는 기법을 사용해 많은 외국인들이 선호하는 얼굴형인 사각형에 가까워 보이게끔 메이크업을 한다.



Fig. 7. Trixie. <https://www.instagram.com/>.

2.3.2. 국내 드랙 아티스트

현재 국내의 대표적인 드랙 아티스트로 나나 영롱 김(Nana Youngrong Kim), 보리(Bori), 지반(Gvan), 아장맨(Azangman)을 들 수 있다. 1세대 드랙 아티스트인 ‘나나 영롱 김’은 뷰티 브랜드 ‘헤라(HERA)’, 패션브랜드인 ‘컨버스(Converse)’등과 협업을 진행하기도 하고 공중파 예능프로그램인 ‘라디오스타’, 각종 CF와 MV등에 출연하며 적극적인 활동을 이어가고 있다. Fig. 8은 나나 영롱 김의 드랙 메이크업 전/후 비교사진으로 그의 드랙 메이크업 특성은 스틱 파운데이션을 이용해 피부를 실기한 질감으로 완벽하게 커버하고 스틱 컨투어링 제품을 통해 또렷한 윤곽을 표현한다. 입술 라인은 선을 이용해 면을 자연스럽게 그라데이션하는 기법을 주로 사용한다(Yoon & Park, 2023).



Fig. 8. Nana Youngrong Kim. <https://www.instagram.com/>.

‘보리’는 2세대를 대표하는 드랙 아티스트로 유튜브와 각종 오프라인 공연에서 활동하고 있으며 한국 유명 유튜브 채널인 ‘랄랄(ralal)’에 다양한 콘텐츠로 함께 출연하면서 드랙 문화를 대중들에게 다양하게 알리게 되는 계기가 되었고 이로 인해 대중들에게는 생소한 문화였던 드랙이라는 문화에 더 쉽고 재밌게 다가갈 수 있게 되었다. 또한 ‘보리’는 이태원의 본인 라운지 펌에서 드랙 킨 공연 등을 진행함에 따라 대중들에게 드랙에 관한 입지를 굳혔다. Fig. 9는 보리의 드랙 메이크업 전/후 비교사진으로 그의 메이크업 특성은 풍성한 분장용 속눈썹을 여러 겹으로 붙이고 깊고 어두운 스모키 느낌으로 명도차이를 주어 그라데이션 기법의 고풍적인 아이메이크업을 강조하고 립은 오버 립으로 누디한 립 메이크업을 주로 한다.

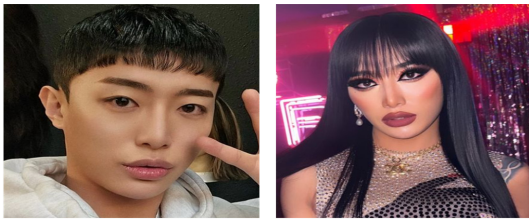


Fig. 9. Bori. <https://www.instagram.com/>.

‘지반’ 역시 다양한 MV와 캠페인영상에 참여함으로써 여러 유튜브 콘텐츠에 화려한 입담으로 참여하고 있으며 이로 인해 많은 연령층들이 드랙에 관해 알게 되었다. Fig. 10은 지반의 드랙 메이크업 전/후 비교사진이며 그의 드랙 메이크업 특성은 다른 타 아티스트와 달리 한국적인 정서를 살리는 메이크업을 주로 하는데 보통의 국내 드랙 아티스트의 경우 깊은 아이홀과 뚜렷한 컨투어링으로 서구적인 이미지를 강조하는 반면, ‘지반’의 경우 동양적인 둥근 눈썹과 아이홀을 강조하지 않는 메이크업을 하며 립 메이크업 역시 과한 오버 립이 아닌 자연스럽게 스머징한 립을 통해 자신만의 메이크업 특성을 표현하고 있다.



Fig. 10. Gvan. <https://www.instagram.com/>.

이와 같이 남성이 여성의 메이크업과 복식형태를 따라하는 드랙 킨과 달리 여성이 남성의 메이크업과 복식을 따라하는 드랙 킹도 존재한다. 현재 드랙 킹의 경우 드랙 킨보다 대중화가 되지는 않았지만 국내에서 가장 유명한 드랙 킹으로 ‘아장맨’을 손꼽을 수 있다. 그녀는 성소수자 퍼레이드와 다양한 드랙 관련 행사에서 활발히 활동 중이며 드랙 킹에 대해 대중들에게 알리기 위해 노력중이다. Fig. 11은 아장맨의 드랙 메이크업 전

후 비교사진으로 아장맨의 메이크업 특성은 두꺼운 눈썹과 창백한 피부 톤, 깊은 컨투어링 메이크업을 통한 대비효과를 통해 남성적인 윤택표현을 두드러지게 표현하고 있다.



Fig. 11. Azangman. <https://www.instagram.com/>.

3. 연구방법

3.1. 연구기설

본 연구의 가설은 다음과 같다.

H1. ‘드랙’에 관한 인지도는 성별, 연령, 결혼여부, 월 평균 수입, 연극/뮤지컬의 관심도 및 관람횟수 등의 요인이 영향을 미칠 것이다.

H2. 드랙 공연 작품 관람여부는 성별, 외모관리 관심도, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수 등의 요인이 영향을 미칠 것이다.

H3. 드랙 공연 작품에 관한 인식에 관한 견해는 성별, 연령, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수 등의 요인이 영향을 미칠 것이다.

H4. ‘드랙 메이크업’의 인식에 관한 견해는 성별, 결혼여부, 월 평균 수입, 외모관리 관심도, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수 등의 요인이 영향을 미칠 것이다.

H5. ‘드랙 메이크업’의 전망에 관한 견해는 성별, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수 등의 요인이 영향을 미칠 것이다.

H6. ‘드랙 메이크업’이 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향에 대한 견해는 성별, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수 등의 요인이 영향을 미칠 것이다.

3.2. 측정도구 및 자료 분석

본 연구의 측정도구는 선행연구와 인터넷 자료를 바탕으로 하였으며 드랙메이크업의 인식과 전망은 Won(2021), Moon et al. (2019)를 참고하였고 조사대상자의 일반적 특성을 바탕으로 연구하였다. 설문은 전국에 거주하는 10~50대 일반인 남녀를 대상으로 온라인 설문지를 통해 2024년 5월 29일부터 6월 7일까지 실시하였으며 설문지 350부를 배포해 300부를 수거하였고, 총 300부를 최종분석에 활용하였다. 설문자료는 SPSS 25.0을 사용하였으며 빈도분석, 교차분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실

시한 결과 성별은 남성 150명(50.0%), 여성 150명(50.0%)으로 나타났다. 연령은 만14-19세 60명(20.0%), 만20-29세 60명(20.0%), 만30-39세 60명(20.0%), 만40-49세 60명(20.0%), 만50-59세 60명(20.0%)으로 나타났다. 거주지는 경기도 90명(30.0%), 서울 80명(26.7%), 경상도 57명(19.0%), 충청도 34명(11.3%), 전라도 25명(8.3%), 강원, 제주도 14명(4.7%) 순으로 나타났으며 최종 학력은 고졸이하 82명(27.3%), 대학교 재학 34명(11.3%), 대학교 졸업 164명(54.7%), 대학원 졸업 이상 20명(6.7%)으로 나타났다. 직업은 직장인 134명(44.7%), 학생 74명(24.7%), 주부 23명(7.7%), 자영업 22명(7.3%), 전문직 22명(7.3%) 순으로 나타났다. 미용 전공여부는 비전공 291명(97.0%), 전공 9명(3.0%)으로 나타났다. 결혼여부는 미혼 177명(59.0%), 기혼 123명(41.0%)으로 나타났고, 월 평균 수입은 100만원 미만 94명(31.3%), 100-300만원 미만 93명(31.0%), 300만원 이상 113명(37.7%)으로 나타났다. 연극/뮤지컬 관심도는 높다 154명(51.3%), 보통 87명(29.0%), 낮다 59명(19.7%)으로 나타났으며 연극/뮤지컬 관람여부는 관람하지 않는다 60명(20.0%), 연 1회 미만 108명(36.0%), 연 2회 85명(28.3%), 연 3회 이상 47명(15.7%)으로 나타났다.

4.2. 가설검증

4.2.1. '드랙'에 관한 인지도

'드랙'에 관한 인지도 분석결과는 Table 1과 같다. 분석결과 83명(27.7%)이 '드랙'에 관해 알고 있으며 217명(72.3%)은 '드랙'에 관해 모르는 것으로 나타나 전반적으로 '드랙'에 관한 인

지도는 낮게 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 연령, 결혼여부, 월 평균 수입, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .01$). 먼저 성별에 따라서는 남성에 비해 여성이 상대적으로 높게 나타났고, 연령에 따라서는 만20-29세와 만30-39세의 경우가 상대적으로 높게 나타났다. 결혼여부에 따라서는 기혼에 비해 미혼이 높게 나타났다. 월 평균 수입에 따라서는 100-300만원 미만의 경우가 높게 나타났다. 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라서는 관람하지 않는 경우에 비해 연 평균 연극/뮤지컬 관람횟수가 많을수록 '드랙'에 관한 인지가 높은 것으로 나타났다.

4.2.2. 드랙 공연 작품의 관람여부

드랙 공연 작품 관람여부를 분석한 결과는 Table 2와 같다. 분석결과 45명(15.0%)은 평소 드랙 공연 작품을 관람한 경험이 있는 것으로 나타났고, 255명(85.0%)은 평소 드랙 공연 작품을 관람한 경험이 없는 것으로 나타나 전반적인 드랙 공연 작품의 관람여부는 낮게 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 외모관리 관심도, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 성별에 따라서는 남성에 비해 여성이 상대적으로 드랙 공연 작품 관람 경험이 많은 것으로 나타났고, 외모관리 관심도에 따라서는 관심이 높은 경우 상대적으로 드랙 공연 작품 관람 경험이 많은 것으로 나타났으며, 연극/뮤지컬 관심도에 따라서는 관심이 높은 경우 상대적으로 드랙 공연 작품 관람 경험이 많은 것으로 나타났다. 연극/뮤지컬 관람횟수에 따

Table 1. Awareness of 'Drag'

Classification		Awareness of 'Drag'		χ^2 (p)
		Y	N	
Gender	Male	27(18.0)	123(82.0)	14.008*** (.000)
	Female	56(37.3)	94(62.7)	
Age	14to19	14(23.3)	46(76.7)	19.421** (.001)
	20s	27(45.0)	33(55.0)	
	30s	22(36.7)	38(63.3)	
	40s	11(18.3)	49(81.7)	
	50s	9(15.0)	51(85.0)	
Marital status	Singled	61(34.5)	116(65.5)	9.965**
	Married	22(17.9)	101(82.1)	
Monthly average income	>1M WON	24(25.5)	70(74.5)	15.286*** (.000)
	1M-3M WON	39(41.9)	54(58.1)	
	<3M WON	20(17.7)	93(82.3)	
Frequency of play/musical viewing	Don't watch	11(18.3)	49(81.7)	11.617** (.009)
	Once a year	27(25.0)	81(75.0)	
	Twice a year	23(27.1)	62(72.9)	
	More than 3 times a year	22(46.8)	25(53.2)	
Total		83(27.7)	217(72.3)	

** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 2. Whether to watch drag performance works

Classification	Whether to watch drag performance works		χ^2 (p)	
	Y	N		
Gender	Male	16(10.7)	134(89.3)	4.418* (.036)
	Female	29(19.3)	121(80.7)	
Interest in appearance management	Low	3(10.0)	27(90.0)	6.292* (.043)
	Normal	110(9.6)	104(90.4)	
	High	31(20.0)	124(80.0)	
Interest in play/musical	Low	2(3.4)	57(96.6)	20.558*** (.000)
	Normal	6(6.9)	81(93.1)	
	High	37(24.0)	117(76.0)	
Frequency of play/musical viewing	Don't watch	0(0)	60(100.0)	59.122*** (.000)
	Once a year	3(2.8)	105(97.2)	
	Twice a year	22(25.9)	63(74.1)	
	More than 3 times a year	20(42.6)	27(57.4)	
Total		45(15.0)	255(85.0)	

* $p < .05$, *** $p < .001$

라서는 연 2회, 연 3회 이상 관람하는 경우 상대적으로 드랙 공연 작품 관람 경험이 많은 것으로 나타났다.

4.2.3. 드랙 공연 작품에 관한 인식

드랙 공연 작품에 관한 인식을 분석한 결과는 Table 3과 같다. 분석결과 드랙 공연 작품 관람 경험과 관계없이 전체적으로 볼 때, '신기하다, 새롭다'가 131명(43.7%)으로 가장 높게 나타났다, '관심 없다' 62명(20.7%), '반감이 생긴다' 48명(16.0%), '멋있다, 재밌다' 43명(14.3%), '해당 작품을 다시 보고 싶다' 11명(3.7%), '나도 해보고 싶다' 5명(1.7%) 순으로 나타나 대체적으로 신기하다, 새롭다는 인식이 가장 많은 것으로 볼 수 있다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 연령, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 성별에 따라서는 남성의 경우 드랙 공연 작품 또는 작품 사진을 보고 신기하다, 새롭다는 인식이 많거나 관심이 없는 것으로 나타났으나 여성의 경우 신기하다, 새롭다는 인식이나 멋있다, 재미있다는 인식이 많은 것으로 나타나 차이를 보였고, 연령에 따라서는 각 연령 모두 대체적으로 신기하다, 새롭다는 인식이 많은 것으로 나타났으나 이 외에 만14-19세의 경우 반감이 생긴다는 인식, 만20-29세의 경우 멋있다, 재미있다는 인식, 만40-49세의 경우 멋있다, 재미있다는 인식이나 관심이 없는 것으로, 만30-39세나 만50-59세의 경우 관심이 없는 것으로 나타나 차이를 보였다. 또한 연극/뮤지컬 관심도에 따라서는 관심이 낮은 경우 대체적으로 드랙 공연 작품 또는 작품 사진에 대해 관심이 없는 것으로 나타났으나 보통이거나 관심이 높은 경우 신기하다, 새롭다는 인식이 많은 것으로 나타나 차이를 보였으며 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라서는 관람하지 않는 경우 대체적으로 드랙 공연 작품 또는 작품 사진에 대해 관심이 없는 것으로 나타났으나 연 1회 미만, 연 2회, 연 3회 이상 관람하는 경우 상대적으로 신기하다, 새

롭다는 인식이 많은 것으로 나타나 차이를 보였다.

4.2.4. '드랙 메이크업'에 관한 인식

'드랙 메이크업'에 관한 인식을 분석한 결과는 Table 4와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '긍정적' 160명(53.3%), '부정적' 85명(28.3%)으로 나타나 대체적으로 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 볼 수 있다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 결혼여부, 월 평균 수입, 외모관리 관심도, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 성별에 따라서는 남성에게 비해 여성의 경우 상대적으로 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 나타났고, 결혼여부에 따라서는 기혼에 비해 미혼의 경우 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 나타났고, 월 평균 수입에 따라서는 300만원 이상에 비해 100만원 미만이나 100-300만원 미만의 경우 상대적으로 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 나타났고, 외모관리 관심도가 높을수록 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 나타났으며, 연극/뮤지컬 관심도가 높을수록 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 나타났다. 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라서는 비교적 연 평균 연극/뮤지컬 관람횟수가 많을수록 '드랙 메이크업'에 대해 긍정적인 것으로 나타났다.

4.2.5. '드랙 메이크업'의 전망

향후 공연예술분야에서의 '드랙 메이크업'의 전망에 관한 견해를 분석한 결과는 Table 5와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '긍정적' 154명(51.3%), '부정적' 91명(30.3%)으로 나타나 대체적으로 향후 공연예술분야에서의 '드랙 메이크업'의 전망에 대해 긍정적이라고 생각하는 것으로 볼 수 있다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다.

Table 3. Awareness of drag performance works

Classification		Awareness of drag performance works						χ^2 (p)
		Cool, Fun	Wonderful, Novel	I want to try it	Feel hostility	No interest in	Want to see again	
Gender	Male	11(7.3)	64(42.7)	3(2.0)	31(20.7)	37(24.7)	4(2.7)	17.749** (.003)
	Female	32(21.3)	67(44.7)	2(1.3)	17(11.3)	25(16.7)	7(4.7)	
Age	14to19	3(5.0)	27(45.0)	4(6.7)	15(25.0)	10(16.7)	1(1.7)	33.039* (.033)
	20s	14(23.3)	25(41.7)	0(0.0)	6(10.0)	11(18.3)	4(6.7)	
	30s	7(11.7)	28(46.7)	1(1.7)	7(11.7)	16(26.7)	1(1.7)	
	40s	11(18.3)	28(46.7)	0(0.0)	9(15.0)	11(18.3)	1(1.7)	
	50s	8(13.3)	23(38.3)	0(0.0)	11(18.3)	14(23.3)	4(6.7)	
Interest in play/ musical	Low	3(5.1)	20(33.9)	0(0.0)	12(20.3)	24(40.7)	0(0.0)	36.613*** (.000)
	Normal	11(12.6)	36(41.4)	2(2.3)	13(14.9)	23(26.4)	2(2.3)	
	High	29(18.8)	75(48.7)	3(1.9)	23(14.9)	15(9.7)	9(5.8)	
Frequency of play/musical viewing	Don't watch	4(6.7)	20(33.3)	1(1.7)	12(20.0)	22(36.7)	1(1.7)	44.008*** (.000)
	Once a year	16(14.8)	42(38.9)	1(0.9)	15(13.9)	30(27.8)	4(3.7)	
	Twice a year	13(15.3)	47(55.3)	0(0.0)	14(16.5)	9(10.6)	2(2.4)	
	More than 3 times a year	10(21.3)	22(46.8)	3(6.4)	7(14.9)	1(2.1)	4(8.5)	
Total		43(14.3)	131(43.7)	5(1.7)	48(16.0)	62(20.7)	11(3.7)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 4. Awareness of ‘Drag makeup’

Classification		Awareness of ‘Drag makeup’			χ^2 (p)
		Positive	Negative	Etc	
Gender	Male	58(38.7)	57(38.0)	35(23.3)	26.085*** (.000)
	Female	102(68.0)	28(18.7)	20(13.3)	
Marital status	Singled	102(57.6)	40(22.6)	35(19.8)	6.992* (.030)
	Married	58(47.2)	45(36.6)	20(16.3)	
Monthly average income	>1M WON	54(57.4)	21(22.3)	19(20.2)	10.380* (.034)
	1M-3M WON	53(57.0)	20(21.5)	20(21.5)	
	<3M WON	53(46.9)	44(38.9)	16(14.2)	
Interest in appearance management	Low	13(43.3)	8(26.7)	9(30.0)	13.630** (.009)
	Normal	50(43.5)	38(33.0)	27(23.5)	
	High	97(62.6)	39(25.2)	19(12.3)	
Interest in play/musical	Low	28(47.5)	21(35.6)	10(16.9)	17.247** (.002)
	Normal	34(39.1)	28(32.2)	25(28.7)	
	High	98(63.6)	36(23.4)	20(13.0)	
Frequency of play/ musical viewing	Don't watch	22(36.7)	20(33.3)	18(30.0)	17.750** (.007)
	Once a year	54(50.0)	32(29.6)	22(20.4)	
	Twice a year	52(61.2)	20(23.5)	13(15.3)	
	More than 3 times a year	32(68.1)	13(27.7)	2(4.3)	
Total		160(53.3)	85(28.3)	55(18.3)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

($p < .05$). 먼저 성별에 따라서는 남성에게 비해 여성의 경우 상대적으로 향후 공연예술분야에서의 ‘드랙 메이크업’의 전망에 대해 긍정적이라고 생각하는 것으로 나타났고, 연극/뮤지컬 관심도에 따라서는 비교적 관심이 낮거나 보통인 경우에 비해 관심이 높은 경우 상대적으로 ‘드랙 메이크업’의 전망에 대해 긍정

적이라고 생각하는 것으로 나타났다.

또한 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라서는 비교적 연 평균 연극/뮤지컬 관람횟수가 많을수록 향후 공연예술분야에서의 ‘드랙 메이크업’의 전망에 대해 긍정적이라고 생각하는 것으로 나타났다.

Table 5. Prospect of 'Drag makeup'

Classification		Prospect of 'Drag makeup'			χ^2 (p)
		Positive	Negative	Etc	
Gender	Male	56(37.3)	64(42.7)	30(20.0)	26.953*** (.000)
	Female	98(65.3)	27(18.0)	25(16.7)	
Interest in play/musical	Low	27(45.8)	20(33.9)	12(20.3)	15.522** (.004)
	Normal	32(36.8)	32(36.8)	23(26.4)	
	High	95(61.7)	39(25.3)	20(13.0)	
Frequency of play/ musical viewing	Don't watch	22(36.7)	20(33.3)	18(30.0)	15.073* (.020)
	Once a year	51(47.2)	35(32.4)	22(20.4)	
	Twice a year	50(58.8)	25(29.4)	10(11.8)	
	More than 3 times a year	31(66.0)	11(23.4)	5(10.6)	
Total		154(51.3)	91(30.3)	55(18.3)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ **Table 6.** The effect of 'Drag makeup' on the expansion and development of the makeup area

Classification		The effect of 'Drag makeup' on the expansion and development of the makeup area			χ^2 (p)
		Positive	Negative	Etc	
Gender	Male	60(40.0)	59(39.3)	31(20.7)	14.151*** (.001)
	Female	91(60.7)	33(22.0)	26(17.3)	
Monthly average income	>1M WON	47(50.0)	27(28.7)	20(21.3)	13.239* (.010)
	1M-3M WON	50(53.8)	19(20.4)	24(25.8)	
	<3M WON	54(47.8)	46(40.7)	13(11.5)	
Interest in play/musical	Low	24(40.7)	21(35.6)	14(23.7)	21.769*** (.000)
	Normal	30(34.5)	33(37.9)	24(27.6)	
	High	97(63.0)	38(24.7)	19(12.3)	
Frequency of play/ musical viewing	Don't watch	24(40.0)	19(31.7)	17(28.3)	21.365** (.002)
	Once a year	47(43.5)	34(31.5)	27(25.0)	
	Twice a year	45(52.9)	29(34.1)	11(12.9)	
	More than 3 times a year	35(74.5)	10(21.3)	2(4.3)	
Total		151(50.3)	92(30.7)	57(19.0)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

4.2.6. '드랙 메이크업'이 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향

'드랙 메이크업'이 향후 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향에 대한 견해를 분석한 결과는 Table 6과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '긍정적' 151명(50.3%), '부정적' 92명(30.7%)으로 나타나 대체적으로 향후 '드랙 메이크업'이 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향에 대해 긍정적이라고 생각하는 것으로 볼 수 있다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 월 평균 수입, 연극/뮤지컬 관심도, 연극/뮤지컬 관람정도, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 성별은 남성에 비해 여성의 경우 상대적으로 긍정적이라고 생각하는 것으로 나타났고, 월 평균 수입은 100만원 미만이나 100-300만원 미만의 경우가 상대적으로 긍정적이라고 생각하는 것으로 나타났다. 또한 연극/뮤지컬

관심도가 낮거나 보통인 경우에 비해 관심도가 높은 경우 상대적으로 긍정적이라고 생각하는 것으로 나타났고, 연극/뮤지컬 관람횟수에 따라서도 비교적 연 평균 연극/뮤지컬 관람횟수가 많을수록 향후 '드랙 메이크업'이 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향에 대해 긍정적이라고 생각하는 것으로 나타났다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 최근 공연예술분야에서 관심을 끌고 있는 드랙과 드랙 메이크업의 사회적 인식과 전망을 파악하고자 드랙의 인지도, 드랙 공연 작품의 인식, 드랙 공연 작품의 관람여부, 드랙 메이크업에 관한 인식, 드랙 메이크업의 전망, 드랙 메이크업이 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향을 조사한 결

과 다음과 같다.

첫째, 드랙의 인지도를 분석한 결과는 전체 조사 대상자의 83명(27.7%)이 ‘드랙’에 대해 알고 있으며 217명(72.3%)은 ‘드랙’에 대해 모르는 것으로 나타나 전반적으로 ‘드랙’에 관한 인지도는 아직 낮은 것으로 볼 수 있다.

둘째, 드랙 공연 작품의 관람여부 분석결과는 전체 조사 대상자의 45명(15.0%)은 평소 드랙 공연 작품을 관람한 경험이 있는 것으로 나타났고, 255명(85.0%)은 평소 드랙 공연 작품을 관람한 경험이 없는 것으로 나타나 전반적으로 드랙 공연 작품의 관람여부는 낮게 나타났다.

셋째, 드랙 공연 작품의 관람 인식을 분석한 결과 전체 조사 대상자 중 ‘신기하다, 새롭다’가 131명(43.7%), ‘관심 없다’ 62명(20.7%), ‘반감이 생긴다’ 48명(16.0%), ‘멋있다, 재밌다’ 43명(14.3%), ‘해당 작품을 다시 보고 싶다’ 11명(3.7%), ‘나도 해보고 싶다’ 5명(1.7%) 순으로 나타나 대체적으로 신기하다, 새롭다는 인식이 가장 많은 것으로 볼 수 있으며 이 결과는 관람경험과는 무관하게 조사되었다.

넷째, ‘드랙 메이크업’에 관한 인식을 분석한 결과는 전체 조사 대상자 중 ‘긍정적’ 160명(53.3%), ‘부정적’ 85명(28.3%)으로 나타나 대체적으로 ‘드랙 메이크업’에 대해 긍정적인 것으로 판단된다.

다섯째, ‘드랙 메이크업’의 공연예술분야에서의 향후 전망에 관한 분석결과는 전체적으로 ‘긍정적’ 154명(51.3%), ‘부정적’ 91명(30.3%)으로 나타나 공연예술분야에서의 ‘드랙 메이크업’의 전망에 대해 대체적으로 긍정적이라고 생각하는 것으로 볼 수 있다.

여섯째, ‘드랙 메이크업’이 향후 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향에 대한 견해를 분석한 결과 ‘긍정적’ 151명(50.3%), ‘부정적’ 92명(30.7%)으로 나타나 향후 ‘드랙 메이크업’이 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향에 관해서 전반적으로 긍정적인 생각을 하는 것으로 볼 수 있으며 이러한 결과는 드랙에 대한 관심이 증가하고 있으며 자신의 모습을 있는 그대로 표현하는 것을 긍정적이라 인식하기 시작했다고 분석한 Won(2021)의 연구결과와 유사하다고 볼 수 있다.

연구결과 드랙과 드랙 메이크업의 사회적 인식은 아직 낮은 것으로 볼 수 있으나 향후 메이크업 영역의 확대와 발전에 미치는 영향과 공연예술분야에서의 전망은 긍정적인 반응을 보이는 것으로 판단된다.

본 연구의 한계점은 드랙과 드랙 메이크업에 관한 낮은 인식과 비대중화로 인하여 선행연구와 자료수집에 어려움이 있었다. 따라서 향후 드랙 문화의 지속적인 발전과 확대를 후속연구는 보다 다양하고 풍부한 자료가 보완되리라 사료된다.

감사의 글

이 논문은 2024년도 송원대학교 학술연구비 지원을 받아 연구되었음(A2024-02).

References

- Azangman. (n.d.). *Azangman*. Instagram. Retrieved May 01, 2024, from <https://www.instagram.com/dragkingazangman/>
- Bori. (n.d.). *Bori*. Instagram. Retrieved April 28, 2024, from <https://www.instagram.com/borilash/>
- Choi, J. S. (2023, November 26). Cho Kwon in the musical ‘Rent’, “To audition in silver shoes-be proud of one’s role as Angel”. *Yonhapnews*. Retrieved May 15, 2024, from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20231125027400005?input=1195m>
- Gvan. (n.d.). *Gvan*. Instagram. Retrieved April 28, 2024, from https://www.instagram.com/g_van/
- Hoo, E. B. (2015). *A study on the make-up and hair styles of Drag queens* [master’s thesis, SeoKyeong University]. Riss. <https://www.riss.kr/link?id=T13844178>
- Hwang, S. Y. (2016, February 18). ‘Hedwig’ Yoon Do-hyun/Cho Seung-woo/Byun Yo-han/Cho Jung-seok/Jung Moon-sung, A dramatic transformation of five different colors for five people. *TV Daily*. Retrieved April 28, 2024, from <https://tvdaily.co.kr/read.php3?aid=14557568041074801016>
- I-D. (2023, June 26). Seven Korean Drag queens talk about identity and self-expression. *i-D Korea*. Retrieved May 01, 2024, from <https://v.daum.net/v/ErGmsI8xPr>
- Kang, A. R. (2023, November 15). Cho Kwon, who plays the role of Angel in the musical ‘Rent’, “Jump in the highest high heels”. *Yonhapnews*. Retrieved April 28, 2024, from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20231115159600005?input=1195m>
- Kim, M. S. (2016, September 04). ‘Kinky boots’ Kang Hong-seok, The perfect expression of the elegant and sexy role of Lola. *Sports Kyeonghyang*. Retrieved May 01, 2024, from <https://m.entertain.naver.com/article/144/0000449907>
- Kim, T. H. (2020). What women’s Gukgeuk left us (<DRAG x Women’s Gukgeuk> focusing on the performance). *Journal of Korean Theatre Studies Association*, 73(0), 269-283. doi:10.18396/ktsa.2020.1.73.009
- Kim, W. H. (2019, July 03). Musical ‘Rocky horror show’, Special promotion for summer that will blow off the heat. *Sports Kyeonghyang*. Retrieved May 19, 2024, from https://sports.khan.co.kr/bizlife/sk_index.html?art_id=201907031541003&sec_id=560801&pt=nv
- Kimchi. (n.d.). *Kimchi*. Instagram. Retrieved May 20, 2024, from https://www.instagram.com/kimchi_chic/
- Lim, N. R. (2017, June 02). It’s not a sin to leave yourself to delight! - Musical <Rocky horror show>. *Yes24*. Retrieved May 01, 2024, from <https://ch.yes24.com/Article/View/33546>
- Moon, S. Y., Jung, E. J., & Kim, Y. A. (2019). A study on the characteristics of pop art applied to Drag queen makeup. *Korean Society of Cosmetics and Cosmetology*, 9(1), 111-123.
- Namu Wiki. (n.d.). *Drag*. Namu Wiki. Retrieved July 14, 2024, from <https://namu.wiki/w/%EB%93%9C%EB%9E%99>
- Namu Wiki. (n.d.). *Rupaul*. Namu Wiki. Retrieved July 20, 2024, from <https://namu.wiki/w/%EB%A3%A8%ED%8F%B4>
- Nana youngrong kim. (n.d.). *Nana youngrong kim*. Instagram. Retrieved May 01, 2024, from https://www.instagram.com/nana_youngrongkim/
- Rupaul. (n.d.). *Rupaul*. Instagram. Retrieved May 20, 2024, from <https://www.instagram.com/rupaulofficial/>

- Trixie. (n.d.). *Trixie*. Instagram. Retrieved May 20, 2024, from <https://www.instagram.com/trixiemattel/>
- Won, J. H. (2021). *Analysis of makeup design by Drag Queen image type* [master's thesis, SeoKyeong University]. Riss. <https://www.riss.kr/link?id=T15776072>
- Yang, J. Y. (2018, March 01). The flower of the musical 'Kinky boots', Jeong Seong-hwa vs. Choi Jae-rim What's Lola's charm?. *Newspim*. Retrieved May 19, 2024, from <https://www.newspim.com/news/view/20180213000161>
- Yim, E. J., Kim, K. H., & Hwang, S. H. (2021). Art make-up study of special effects make-up techniques with traditional Korean pattern image. *Korean Society of Cosmetics and Cosmetology*, 11(1), 141-152.
- Yoon, S. H., & Park, K. S. (2023). Analysis of makeup formative characteristics of Korean drag artists -Focused on Youtube drag makeup contents-. *Korea Society of Basic Design & Art*, 24(2), 299-310. doi:10.47294/KSBDA.24.2.22

(Received August 8, 2024; 1st Revised October 31, 2024;
2nd Revised November 6, 2024; Accepted November 8, 2024)