

패션비즈니스 제22권 5호

ISSN 1229-3350(Print)  
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 22,  
No. 5:52-63, Nov. 2018  
[https://doi.org/  
10.12940/jfb.2018.22.5.52](https://doi.org/10.12940/jfb.2018.22.5.52)

Corresponding author

Hyun-Jeong Jin  
Tel : +82-2-3475-2514  
Fax : +82-2-3475-2263  
E-mail : [hjjin@snu.ac.kr](mailto:hjjin@snu.ac.kr)

## 초등학생의 색조화장에 대한 탐색적 연구

김예인\* · 진현정†

\*서울 수유초등학교, 서울교육대학교 생활과학교육과

## An Exploratory Study on Makeup of Elementary School Students

Ye-In Kim\* · Hyun-Jeong Jin†

\*Suyu Elementary School, Korea  
Dept. of Science and Technology Education for Life, Seoul National University of Education, Korea

### Keywords

elementary school student,  
exploratory study, makeup  
초등학생, 탐색적 연구,  
색조화장

본 논문은 석사학위 논문의 일부임.

### Abstract

The purpose of this study was to explore and understand why and how elementary school students do their makeup. An interview with 13 sixth grade female students attending an elementary school in Seoul was conducted to identify the reasons, learning routes, and purchasing patterns related to their makeup purchase and use. The results of this qualitative analysis showed that the girls were influenced to start wearing makeup by friends or family members, such as sisters and mothers. The students thought that their faces were ugly before they did makeup. They thought they became more beautiful and they were pleased after makeup. Elementary school students mostly reported that they used sunscreen, sun cushion with a whitening function, and lip tint. Some students also used a concealer to cover their flaws. They learned the methods of makeup by watching YouTube videos and from friends. They showed different purchasing patterns depending on the type of cosmetics they buy. They reported that their parents often bought their basic cosmetics such as lotions, and creams, while they tend to use their own money to purchase cosmetics for makeup.

## I. 서론

현대사회에서 외모는 인간 생활에 많은 영향을 미치며 사람들은 외모를 삶의 중요한 기준으로 삼아 화장이나 성형으로 아름다운 외모를 가꾸고자 노력한다. 사람을 평가하는 기준으로 외모가 활용되어 이미 외모의 영향력이 큰 취업 시장과 결혼뿐만(Choi, 2016) 아니라 학교에서까지 외모에 우선적인 가치를 두는 풍조가 널리 퍼져있다. 외모는 특히 사춘기에 접어드는 시기에 자신을 나타내는 중요한 척도가 되고 상대의 인상을 평가하는 기준이 되기도 한다. 매력적인 외모를 가진 경우 긍정적인 평가를 받으며, 외모가 매력적이지 못한 청소년일수록 또래 집단으로부터 무반응·거부를 당하기도 한다. 즉, 외모는 청소년들의 주요 관심사이며 긍정적인 또래 관계를 형성하기 위해 청소년들은 자신의 외모를 보다 매력적으로 가꾸려고 노력한다(Seo, 2003).

초기 청소년기 또는 아동기에서 청소년기로 가는 과도기에 있는 초등학교 고학년은 신체적·정신적 성장이 매우 빠르게 진행되며, 외모에 대한 관심이 높아진다. 2차 성징이 시작되어 급격한 신체변화를 겪고, 자신의 신체에 대한 관심이 증가하여 외모에도 많은 관심을 가지게 된다(Jones, 2001). 현재 초등학교 고학년들은 2000년대 이후 태어나 인터넷과 스마트폰 환경 속에서 자라온 세대로 인터넷과 대중매체의 영향으로 화장 시작 연령도 점점 빨라지고 있다. 특히 화장품의 사용 방법과 화장 기술을 동영상으로 제공하는 뷰티 유튜버(bauty YouTuber)의 등장은 청소년들의 화장 욕구를 자극하며, 화장 문화에 쉽게 노출되도록 하였다.

초등학생의 화장에 관한 최근 연구에 의하면 화장품을 사용하는 초등학생의 비율은 57.6%로 과반수를 넘고, 화장품을 처음 사용한 시기는 5학년(43.3%)이라는 답변이 가장 많았으나 3, 4학년이라는 답변도 41.8%로 나타났다(Kim, 2017). 다른 연구에서도 색조화장을 시작하는 나이는 10세 이상~12세 미만이 가장 많은 것으로 나타나(Park & Kim, 2007) 이 결과는 다수의 초등학생들이 외모에 상당한 관심이 있고 이 시기에 화장을 처음 시작한다는 것을 유추할 수 있다. 화장하는 아동과 아동용 화장품 시장이 성장함에 따라 국내 언론에도 아동용 화장품이나 아동의 화장 문화에 관한 기사가 종종 등장하고 있으며, 어린이용 화장품에 관한 기사를 분석한 Shim(2018)의 연구에 따르면 예전에는 어린이 화장품에 대한 유해성에 대한 기사가 다수였지만 2017년을 기점으로 어린이 화장품을 인정하는 분위기로 전환되었다고 하였다.

최근에는 외모에 관심을 갖는 풍조는 더 어린 아동에까지 확산되어 옷과 장난감뿐만 아니라 키즈 카페, 식품에서도 화장 문화가 반영되고 있다(Lee, 2018). 립스틱과 매니큐어 등 화장품을 사용해볼 수 있는 공간이 키즈 카페에 생겨나고 있으며, 립스틱 모양의 사탕이 인기를 끌기도 하였다(Lee, 2018). 현재 다양한 유통채널을 통해 어린이용 화장품이 활발히 판매되고 키즈 화장품 시장이 급성장하고 있다(Kim & Kim, 2014).

사춘기가 시작되는 초등 고학년들이 또래 관계에서 외모를 중요하게 생각하여 화장을 하는 학생들이 늘어나고 있으나 현재까지 초등학생의 화장에 관한 연구는 화장하는 학생의 비율이나 선호하는 화장품을 알아보는 양적 연구 위주로 진행되어 왔고, 화장에 관한 그들의 생각과 행동을 질적 연구로 심층적으로 고찰한 연구는 거의 없었다. 이에 본 연구는 초등 고학년 여학생들을 대상으로 색조화장을 시작하게 된 계기, 화장 패턴, 화장을 배우는 경로를 고찰하여 초등학생의 화장 행동을 다각적으로 이해하고자 한다. 이를 통해 초등학생들의 화장에 대한 생각과 행동을 이해하고 향후 생활지도에 도움이 되고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 초등 고학년 학생들의 발달 및 특징

학문 영역에 따라 약간의 차이는 있으나 유아와 청년기 사이에 있는 7-12세의 초등학생들은 ‘학령기’, ‘학동기’라고도 하며, 중기 아동기(middle-aged childhood)로 구분하기도 한다(Kail & Cavanaugh, 2015). 이 시기는 학교 교육의 시작으로 인하여 가정에서 학교로 활동 무대가 확장되고, 신체적, 정신적으로 빠르게 성장하는 시기이다. 특히, 학령 후기인 초등 고학년은 아동에서 청소년으로 가는 과도기적 시기 또는 초기 청소년기로 간주하는 시기로 인지적, 정의적, 사회적으로 많은 변화가 일어난다(Kail & Cavanaugh, 2015). 근래에는 성장 속도가 빨라져 초등 고학년이 사춘기의 특성을 보이는 경우가 많고, 신체적, 정서적으로 이전 세대의 중학생들과 유사한 특징을 보이기도 한다.

초등학교 고학년 학생들의 신체적 발달을 살펴보면 유전, 영양, 환경 등에 따라 개인차가 큰 편으로 대체로 여아들이 남아들보다 발달 속도가 빠르며, 2차 성징이 시작되어 점점 성인에 가까운 체형으로 변화한다. 이 시기는 활동이 많아지고, 급격한 신체 성장으로 자신의 신체에 관심을 갖고, 자신의 신체상을 형성하여 새로운 행동변화와 자아개념을 형성

하는 토대가 되는 시기이다.

초등 고학년 학생들은 다른 발달 단계에서 보기 어려운 독특한 행동들, 즉 이상주의적 경향, 무리 짓기, 비행 행동을 하기도 하며 정서적으로 예민해지고, 기성세대의 가치관을 무시하거나 저항하려는 경향을 보이기도 한다. 또래 관계가 중요해져 친구관계가 행복감에 영향을 미치며 친구와 속삭이는 행동이 많아지고, 친구를 이해하기 위해 노력한다. 또한, 타인과의 관계에서 신체적 매력의 중요한 요소라고 생각하는 경향이 강해져(Dion & Berscheid, 1974) 옷과 헤어스타일에 관심이 많아지고 자신뿐만 아니라 타인의 외모에도 관심이 많아진다. 자신의 외모만족도는 학생의 학교생활 적응 및 자아존중감과 밀접한 관련을 가진다는 점에서 청소년의 외모관리행동은 그들의 또래문화에서 중요하다(Lee & Chung, 2009; Lee & Lee, 2008). 이 시기는 이성에 대한 수줍음도 많아지고 관심 또한 많아져 학년이 높아질수록 이성교제가 증가하는 경향이 있다(Hahn & Gil, 2016). 또한 학년이 높아질수록 학업성적이나 신체적 힘과 같은 요인에 의하여 또래 간에 서열이라는 개념이 강해지며 세속적으로 변화하기도 하였다(Hahn & Gil, 2016).

## 2. 화장

화장은 자신의 결점을 보완하고, 외모를 개선하여 사회적 의사소통에 도움을 주며(Lee & Hwang, 2002) 자기 만족감, 자존심의 상승과 같은 심리적인 효용을 준다(Kim & Yoo, 2002). 화장을 통해 자신의 결점을 보완하고, 자신감을 얻으려는 청소년이 증가하여 성인 중심으로 이루어지던 화장에 관한 연구가 청소년까지 대상이 확대되었다. 청소년은 용돈이 많을수록, 외모변화욕구가 클수록, 학업성적, 얼굴형에 대한 만족도가 낮을수록 화장을 많이 하였다(Shim & Kim, 2008). 또한, 아버지의 학력이 낮고, 이성친구가 있는 경우 헤어, 네일, 메이크업을 포함하는 뷰티행동에 더 적극적인 것으로 나타났고(Seol & Choi, 2010), 연예인을 모방하고자 하는 욕구가 강할수록 화장법을 더 적극적으로 배우려고 하였다(Choi, 2012). 고교 계열별 화장행동을 고찰한 결과 인문계 여고생보다 실업계 여고생들의 화장비율이 높았고, 화장에서 동조, 유행, 아름다움을 더 고려하는 것으로 나타났다(Kim & Yoo, 2002).

청소년들이 사용하거나 선호하는 화장품을 살펴보면, 중고등학교에 재학 중인 여자 청소년들은 피부관리 제품에 관심이 많았고, 피부를 보정하기 위한 색조 화장과 아이라이너를 사용하는 빈도가 높았다(Seol & Choi, 2010). 여고생들

은 브라운 계열의 눈화장과 핑크 계열의 입술화장을 자연스럽다고 생각하여 선호하였으며, 아이라이너를 많이 사용하는 것으로 나타났다(Lee & O, 2010).

화장을 시작하는 연령은 점점 낮아져 Cha(2006)의 연구에서 47.3%의 학생이 15~16세에 처음 화장을 시작하였고, 17.7%의 학생들이 13세 이하에 메이크업을 시작한 것으로 나타났다. Shim and Kim(2008)의 연구에서는 약 74.1%의 응답자들이 중고등학교 재학 중 색조 화장을 처음 시작하였으며, 20.3%의 응답자들이 초등 고학년에 화장을 시작했다고 하였다. 전반적으로 색조화장을 하는 10대와 초등학생들의 비율이 증가하고 있으며(Choi, 2005) 화장을 처음 시작하는 연령층이 낮아지고 있다(Shin & Kim, 2007).

이러한 흐름에 따라 초등학생과 유아를 대상으로 하는 어린이 화장품이 문방구, 슈퍼마켓, 대형마트 등에서 저렴하게 판매되고 있어 어린이들이 쉽게 화장품을 구입할 수 있다. 현재 우리나라의 화장품은 성인용 화장품과 어린이용 화장품의 성분을 따로 구분하지 않고 있어 어린이들이 안전성 및 오남용 등의 문제를 겪을 수 있다(Kim, 2017).

초등학생은 학년이 높아질수록(Kim & Jin, 2017), 용돈이 많을수록 화장품 소비가 높은 것으로 나타났다(Barnge & Kim, 2016). 교우관계와 색조화장은 관련이 있어서 교우관계가 좋고 친구를 중요하게 생각할수록 색조화장을 더 하는 경향이 있으며, 학교의 규칙을 잘 준수하고, 수업에 충실한 학생일수록 색조화장을 덜 하는 것으로 나타났다(Kim & Jin, 2017). 여러 선행연구에서 초등학생들의 화장에 대한 양적 조사가 실시되었으나 초등학생의 화장을 질적 연구를 통해 탐색적으로 설명하려는 연구는 부족하였다. 따라서 본 연구는 초등학생들이 색조화장을 시작하는 계기와 화장 방법과 화장을 배우는 경로 등을 질적 연구방법으로 분석하고자 하였다.

## III. 연구 방법

### 1. 연구문제

첫째, 초등학생들이 색조화장을 시작하게 된 계기를 알아본다.

둘째, 초등학생들이 색조화장을 하는 이유를 알아본다.

셋째, 초등학생들의 색조화장 방법을 알아본다.

넷째, 초등학생들이 색조화장을 하는 장소와 상황을 알아본다.

다섯째, 초등학생들이 색조화장을 배우는 경로를 알아본다.

여섯째, 초등학생들의 화장품 구매 패턴을 알아본다.

## 2. 연구 대상

본 연구의 대상은 기초화장의 다음 단계인 색조화장을 정기적으로 하는 6학년 여학생으로 선정하고 서울 소재의 한 초등학교 6학년에 재학 중인 여학생 13명을 면접을 통해 조사하였다. 연구 대상자들이 재학 중인 초등학교의 6학년은 총 4개 학급으로 구성되어 있으며, 학급에서 여학생들이 형성하고 있는 관계와 상호작용이 여학생들의 화장품 사용행동에 미치는 영향을 최소화하기 위해 학급별로 고르게 연구 대상을 선정하였다.

연구 대상의 선정 과정은 먼저 전체 학급을 대상으로 색조화장 이상의 화장행동을 하는 여학생의 총 수를 조사하였고, 그 중 면담 진행에 동의한 여학생을 연구 대상자간의 친밀도와 학급을 기준으로 5개의 그룹으로 나누어 면담하였다. 면담 그룹별 응답자의 특성은 Table 1과 같다.

## 3. 자료 수집

면담 시기는 응답자들이 초등학교 졸업을 앞둔 2018년 2월 중으로 하였다. 면담은 주로 방과 후에 실시하였고, 응답자의 사정에 따라 중간놀이 시간을 활용해 면담하기도 하였다. 면담은 주로 연구자의 교실이나 학교 근처에서 이루어졌다.

면담의 유형은 반구조화 인터뷰로 화장에 관한 선행연구를 참고하여 사전에 개발한 질문을 중심으로 면담을 진행하면서, 면담 중의 개별 상황이나 응답자의 상태와 응답 내용에 따라 자유롭게 질문을 추가하거나 삭제하는 형태로 실시하였다. 질문 내용은 화장을 시작하게 된 배경, 화장을 하는 이유, 화장하는 방법, 그리고 화장품 구매 패턴에 관한 것으로 이루어졌다.

면담은 응답자의 동의를 구해 일정이 맞거나 친밀한 응답자끼리 묶어 2명~3명 면담하였으며 그룹마다 1회 또는 2회 실시하였다. 면담은 평균 30분 정도 소요되었고 모든 내용은 녹음되었다. 응답자가 어색해지지 않도록 편안한 분위기를 조성하여 자연스럽게 면담이 이루어졌으며 응답자가 일부 질문에 대답을 하지 못하는 경우 시간을 주고 생각할 수 있도록 하였다. 녹음된 면담 내용은 모든 음성 자료를 그대로 글로 기록하여 정리하고 분석하였다.

## 4. 자료 분석

자료는 Chang(2000)의 분석 방법을 참고하여 초기 부호화, 공통된 주제 분석(해체화 과정), 유형 및 연계성 탐색의 3단계로 분석하였다. 첫째, 면담 중에 녹음한 음성 파일을 응답자의 표현방식을 수정하는 과정 없이 그대로 기술하여 녹취록을 작성하였다. 녹취록을 읽고 검토하는 과정에서 연구자의 흥미를 끄는 내용이거나 의미 있는 것으로 여겨지는 단

Table 1. Groups and Class of Interviewee

Interview Groups	Subjects	Class
1	A	a
	B	b
	C	b
2	D	a
	E	b
	F	b
3	G	c
	H	c
4	I	c
	J	c
5	K	d
	L	d
	M	d

어나 내용을 따로 정리하여 기록하였다. 그리고 수차례 녹취록을 다시 읽고 본질적인 것으로 생각되는 핵심 단어로 부호화하였다. 둘째, 응답자들의 답변에서 공통적으로 드러나는 단어나 문장을 확인하여 상호 연관된 핵심 내용을 추출하였다. 이후 추출된 내용이 초기의 녹취록과 어떤 연계를 가지는지 살펴보고 재검토 하였으며, 연계가 되는 내용을 추가하고 연계가 부족하거나 없는 내용은 보완 자료를 찾아보거나 삭제하였다. 셋째, 유형 및 연계성 탐색의 단계에서는 핵심 내용이 연구 문제를 명확하게 설명하는데 도움이 되는 주제 목록을 최종적으로 결정하고, 주제들 간의 관계를 분석하여 최종 기술하였다.

#### IV. 결과 및 논의

##### 1. 화장의 시작

초등학생들은 친구나 가족의 영향으로 색조화장을 시작하게 되었다. 특히, 화장하는 친구를 보거나 친구로부터 화장에 관한 이야기를 듣고 화장을 해보고 싶다는 생각을 하였다. 가족의 영향을 받아 화장을 시작하게 된 학생은 주로 어머니보다는 언니의 영향을 받았으며, 화장을 시작하는 시기가 다른 학생들보다 빠른 경향이 있었다. 학생들이 가장 처음으로 접하는 화장한 여성은 어머니인 경우가 절대 다수였다. 유아기부터 어머니의 화장을 보고 화장에 흥미를 느끼거나 더 나아가 어머니의 화장품으로 스스로 화장을 시도한 경험을 가진 여학생들도 있었다. 본 연구의 결과는 친구나 언니의 영향으로 색조화장을 시작하는 초등학생들의 비율이 높으며 어머니가 메이크업하는 모습을 보고 화장을 시작하기도 하는 것으로 나타난 Bamg and Kim(2016)의 연구결과와 유사하였다.

“언니 따라서. 언니가 그냥 가끔 해줘요.” (사례 A)

“그냥 나도 커서 저렇게 해봐야지. 어린이집 다녔을 때도 화장품 그 소품 같은 걸로도 소꿉놀이 되게 많이 했었고. …… 하면 본 것처럼 예뻐지겠지?, 엄마가 한 거랑, 언니들이 한 거랑.” (사례 B)

“애기 때 아니었을까요? 엄마 봤으니까. …… 근데 옛날에 놀다가 엄마한테 혼났어요. 엄마 껌(화장품) 가지고 놀다가.” (사례 C)

“저는 솔직히 그냥 그래요. 그냥 피부 톤만 좀 더 깔끔해지거나 그런 것 뿐이죠. 딱히 별 생각 없었어요. 그냥 엄마가 좀 더 깔끔해졌다는 생각밖에는 안 들고

그것 빼고는 없었던 거 같아요. …… 그거 보고 나도 해볼까 싶어가지고 시작을 했어요. 친구들도 많이 하는 것 같고.” (사례 D)

“신크림 발랐는데 너무 끈적거리는 거예요. 그 너무 싫었는데 엄마가 노세법 파우더 딱 던져주고 가길래 엄마한테 이거 써도 되냐고 물어봤는데 엄마가 쓰라 그래 가지고.” (사례 E)

“엄마가요. 화장을 해보라고 하셔서. 틴트를 사주셨어요. 근데 그 틴트가 저랑은 안 맞아서 별로 안했어요. …… 일단 학원 끝나고 다시 새로 끊어가지고 다니기 시작했는데요. 학원 앞에 화장품 가게가 엄청 많아요. 그리고 학원 언니들이 다 화장을 하고 다녀가지고.” (사례 H)

“저는 그때 몰라서 딱 엄마가 (화장)했을 때 다른 사람이 되어가지고 무서워서 울었었어요. …… 어렸을 때는 진짜 외모에 전혀 관심이 없었는데 크면서 관심이 생겨서 애들이 화장품 얘기를 하니깐 같이 하게 됐죠. 파우치 갖고 다니는 애들 보면 멋지다는 생각이 들어서 …… 제가 학원을 전에 다녔었는데 보면 막 아이라이너, 저는 그때 관심이 없어서 아이라이너가 뭔지도 몰랐는데 …… 좀 이게 같이 하다 보니까 애들이랑 더 친해지고 얘기도 많이 할 수 있고.” (사례 I)

“그게 저는 전혀 바를 생각이 없었는데요. 수련회 갈 땐가, 여름 캠프 갈 땐가, 그 때 쯤에 엄마가 발라 보라는 거예요.” (사례 K)

“처음에는 방댄(방승 댄스)때 해야 돼서 했는데 애들이 이제 화장도 하고, 애들도 다 화장얘기 하다보니까, 다 바르다보니까 그냥.” (사례 L)

“저는 이번 연도에 학원 들어가면서 친구들이 화장품 얘기를 워낙 하고 저를 화장품 가게를 계속 데리고 다니길래…….” (사례 M)

##### 2. 화장을 하는 이유

대다수의 초등학생들은 자신을 아름답게 보이기 위해 화장을 하였고 자신의 만족감보다는 타인의 시선을 의식하는 경향이 있었다. 일부 학생은 자신의 결점을 가리기 위한 목적으로 화장을 하거나, 화장이 자연스러운 일상생활 중 하나의 과정으로 자리 잡아 화장 없이는 외출하지 않는다고 답하기도 하였다. 화장 후의 자신의 모습에 대해 만족감을 가지고 긍정적으로 평가하는 학생보다 화장 전 자신의 모습을 부정적으로 평가하는 학생이 많았다.

본 연구에서도 다수의 여학생들이 타인에게 아름답게 보이기 위해 화장을 한다고 답하였는데 Kim and Kim(2014)의 연구 결과처럼 외모를 중시하는 사회 분위기를 긍정적으로 생각하거나 초등학생들 사이에 외모지상주의가 퍼져있으며, 학생들이 자신을 보다 아름답게 가꾸기 위한 수단 중 하나로 화장을 선택하였다고 볼 수 있다.

“하얘진다…… 아 역시 난 예뻐. 역시 나는 거를 보는 낙으로 산다. (맨얼굴일 때는) 왜 이렇게 까맣지?” (사례 A)

“뭐라 그래야 되지? 생얼이랑 많이 달라진다. (맨얼굴일 때는) 못생겼다. …… 자기 콤플렉스?” (사례 B)

“그저 그래요. 화장을 많이 안 해서 그런가? 좀 제가 아이라인을 못 그려서. (맨얼굴을 봤을 때) 누구세요. 아니, 그냥 어 못생겼다 누구세요 이리요. 아, 못생겼다. 빨강도 뭐가 많이 나고 막 입술도 색깔도 없으면 …… 입술 색깔이 아예 자체가 없어요. …… 그걸 가리기 위해서 화장을 하는 거겠지요. 저요? 못생겨져 못생긴데 그냥 그러나 (화장을 하면) 그냥 좀 그게 일반이 돼요.” (사례 C)

“처음에 발랐을 때는 막 오! 신기해 이런 느낌이 들었어요. 왜냐면 제가 딱 발랐는데 이게 입술만 바뀌는 게 아니라 약간 화사해 보인다고 해야 하나, 그게 있잖아요.” (사례 D)

“피부가 원래 어두웠는데 약간 밝으니 기분이 좋은 거예요. 처음에는 이제는 그만해야겠다 싶으면서도 매일 매일 하니까.” (사례 E)

“근데 딱히 화장하기 전이랑 화장 후랑 다 비슷한 거 같아요. 뭔가 되게 많이 하는데 비슷해요. …… 그래도 전보다 좀 더 화사해 보이고.” (사례 F)

“예쁘죠. 뭔가 저한테 더 빛이 나게 한달까? 그리고 재밌잖아요. (화장을 하면) 입술 색깔? 그리고 얼굴 톤이 살짝 더 밝아진다?” (사례 H)

“화장 하고 나서 좀 괜찮은…….” (사례 I)

“그냥 좀 초췌해지다가 생기가 생기니까. …… 원판 불변의 법칙. 아유, 변한 게 없어요. 살짝……. 주름 조금 없어지고……. 그래도 처진 건 보이세요?” (사례 J)

“잘 안 가려져서 짜증나요. 자국이 언제쯤 없어질지……. 그것만 없어지면 안 해요. 요즘은 그래도 예전 보단 좀 많은 게 줄어든 것 같아요.” (화장) 후가 낫죠. (맨얼굴을 다른 사람이 보면) 창피? 물에 닿아도

안 지워지는 그런 게 좀 나타났으면 좋겠어요. 물에 닿아도 이렇게 안 지워지는…….” (사례 K)

“(맨얼굴일 때) 시체같다. 입술…… 입술색이 너무 없으니까.” (사례 L)

“(맨얼굴일 때) 죽은 사람 같다. 다크 서클도 제가 진짜 심해가지고 여기까지 막 내려오고 해서 진짜 죽은 사람 같다 이렇게 생각해요. 그리고 여기 입이 너무 이렇게 진짜로 어두우니까 제가. (화장하면) 죽은 사람이 산사람 된 거 같은데 …… 그냥 멀쩡한 사람 됐다. …… 다크 서클도 심하고 하니까.” (사례 M)

### 3. 화장 방법

화장을 하는 대다수의 학생들이 기초 화장 후 미백 효과가 있는 선크림이나 선크션으로 피부를 보정하였다. 선크림의 경우 본래의 용도인 자외선 차단 외에 피부를 하얗게 표현하려는 목적에 더 비중을 두는 것이 확인되었다.

입술화장을 하는 대다수의 학생은 틴트를 사용하였다. 2012년도에 수행된 Bamg and Kim(2016)의 연구결과에서 입술 화장품 중 립글로스(lip gloss)의 사용 비율이 틴트의 두 배 정도로 립글로스의 사용 빈도가 높았는데 본 연구에서는 틴트를 언급하는 학생들이 많아 몇 년 사이 초등학생들 사이의 유행과 선호도가 립틴트쪽으로 변화하였을 수 있다. 립스틱으로 입술 화장을 하는 경우는 없었는데, 이는 학생들에게 립스틱은 어른들이 사용하는 화장품이라는 인식이 있고 립스틱이 틴트에 비해 상대적으로 가격이 비싸기 때문으로 생각된다. 일부는 눈썹, 아이섀도우와 아이라이너 등 추가적인 색조화장까지 하는 경우도 있어 초등학생의 화장이 피부 보정과 입술 화장에서 나아가 화장하는 부위가 확대되고 있음을 알 수 있다.

“보라베이스랑, (CC). 새도. 끝. 아, 눈썹 안 해요. …… 저도 맨 처음 시작했을 때 피부랑 틴트랑 눈썹까지 했어요. …… (선크림은) 화장품처럼 불리는 완전 백택이 심한 거 있잖아요.” (사례 A)

“틴트로 시작했어요. 점점 피부하고. …… 저는 처음에는 음, BB를 발랐어요. 그리고 계속 BB 바르고 그렇게 갈아타다가 팩트하고 눈화장이랑……. (눈썹도) 네, 해요.” (사례 B)

“아이라인까지만 하고, 눈썹도 하고. 근데 마스크라는 안 해요. 선크림도, 선크림 여름 때 바르고, 베이스 바르고, 홍조가 심해요. 그리고 파운데이션. …… 옛날

에는 틴트 같은 것도 잘 안 발랐는데 여기 오고 난 뒤로부터 발랐어요.” (사례 C)

“OO(친구)가 이렇게 저한테 선물을 줬는데 줬던 게 틴트였어요. …… 입술도 틴트보다는 틴트 밤을 선호하기도 때문에 …… 색깔이 좀 없고 바르기가 틴트 밤이 더 쉬운 거 같기도 하고 그러니까. 요즘 틴트들은 다 막 빨리 착색되고, 이게 요즘에는 다 그렇잖아요. 그게 저는 너무 불편한 거예요. 입술에 착색 되는 거. 그래서 저는 틴트 밤을 제일 자주 쓰는 거 같고, 틴트 밤은 거의 매일 쓰는데 그거 말고 이제 얼굴에 전체적으로 고르게 한다는 그런 제품들은 잘은 안 쓰는 거 같아요.” (사례 D)

“그 선크림이랑 비슷하게 선폰우터라고 파우더랑 선크림 그거 발랐는데 그 선크림처럼 끈적거리지도 않고 너무 좋은 거예요. 그래서 바르게 됐는데 계속 이거 발라도 뭔가 피부에 안 좋을 것 같은데 그렇게 생각하면서도 계속 속마음으로 괜찮아 이거 선크림이니까. …… 물틴트는 그냥 뭔가 입술이 이렇게 색깔이 달라 보이니까 뭔가 좋았어요.” (사례 F)

“평소에요? 틴트까지만. …… 입술 색이 많이 없어 사…….” (사례 G)

“맨 처음에는 틴트랑 선쿠션으로 하고 …… 선쿠션은 좀 시원한 느낌이었고 틴트는 뭔가가 입술이 건조해지는 느낌. …… 이제 여름이면 피부가 타잖아요? 그때 선크림을 매번 바를 수 없으니까, 거의 선쿠션 바르니까 선쿠션을 샀고 바르다보니까 틴트도 바르게 됐고 너무 그것만 바르면 얼굴 하얗게 백혈병 걸린 환자처럼 보이니까. 그리고 더 자연스러워요, 틴트가. 립 스틱은 뭔가 크레파스 들고 칠하는 느낌?” (사례 I)

“틴트 아니면 색 있는 립밤?” (사례 L)

“권실러하고 선쿠션, 톤업 선쿠션이랑 그 정도? 립 밤은 발라요.” (사례 M)

#### 4. 화장하는 때와 장소, 상황

초등학생들은 가정, 학교, 학원에서 화장하는 방법을 달리 하였다. 학교에서는 학급 친구들이나 교사의 시선을 신경 쓰는 경향이 있었다. 학원에서는 대다수의 학생들이 보다 자유롭게 남들을 의식하지 않고 화장하였으나 일부는 학원에서도 친구들과 학원 강사를 의식하였다. 가정에서는 편안하게 화장하지 않고 맨 얼굴로 생활하는 경우가 많았다. 장소와 상관없이 항상 화장을 하는 학생과 친구들이나 가족들과 외

출할 때만 화장을 하는 학생도 있었다. 학생들은 자신들의 기준으로 어떤 장소와 상황에서 화장을 해야 하는지 판단하고 그에 따라 화장을 하였다.

“근데 학교 갈 때나 …… 주말에도 근데 시내 갈 때. 제가 그 때 가면 항상 사진을 많이 찍는데 사진을 많이 찍는 것도 있고, 화장품 가게에 들어가 화장품 사거나 하려면 어려보이면 안 팔아서, 아니 초등학생은 못 산다고, 화장 안 하면 일단 눈이 작아지고 입술이 축소되고 코는 확장되고 그랬는데 화장을 하고 사진을 찍어야 사진 필터로 더 보정해 주는 느낌이에요.” (사례 A)

“그냥 자는 순간, 모든 자는 시간 빼고는 모두가 화장하고 있을, 화장하고 있다는 걸 알고 있으면 돼요. …… 매일. 누구를 만났든 상관없어요, 그냥 화장이 일상화돼서. (안 하면) 허전.” (사례 B)

“하고 싶을 때 마다. …… 주말에는 밖에 나가지 않는 이상은 하지 않아요. 친구 만나러 갈 때는 화장을 다 하고 아니면 가족 놀러갈 때는 입술만 바르고. …… (친구를 만날 때는) 그 애도 하니까 저도 하고 싶어요. 그 애도 화장을 하죠. 개보다 예뻐 보이고 싶어요.” (사례 C)

“주말이나 화요일, 목요일 다음날 있잖아요. 화요일, 목요일 학원 너무 늦게 끝나서 늦게 일어나서 못할 때가 많아서 그냥 월수금만 해요. 왜냐하면 토요일에도 집에 있고 어차피 학원 친구들 만나는데 굳이 귀찮아…….” (사례 E)

“저는 맨날 다 해요. 집에 있을 때는 안 하는데…….” (사례 G)

“저는 학원 같은 곳 갈 때는 쿠션 하고, 틴트 하고, 가끔씩. …… 학교에서는 아무 것도 안 해요. 애들이 뭐, ‘너 오늘 화장하고 왔냐?’ 그런 식으로 계속 귀찮게 하니까요. (학원에서는) 다 하니까, 웬만한 애들은.” (사례 H)

“근데 이게 애들도 있고 선생님들도 있잖아요. 그래서 뭔가 하면 애들이 이제 너 화장했냐? 이렇게 물어보고 그러면 애들한테 뭔가 보여주고 싶지가 않았는데 그래서 학교는 잘 안하고, 그래서 애들이랑 (밖에서) 만날 때. 학원에 한번 한 적 있었어요, 여름방학 때. 근데 이제 그냥 선쿠션이랑 간단히 틴트만 딱 바르고 갔는데 쌤(선생님)이 갑자기 ‘너 화장했냐?’ 라고 물어봤어요. 그래서 내가 ‘어어, 아니요’ 라고 했거든요. 쌤

이 너의 언니도 풀메(풀 메이크업)하고 다니는데 너도 너무 진하게 하면 안 좋다고 그래서…… 화장이 그렇게 나쁜 건 아니니까 ‘네’라고 하고 그래가지고 주위 시선이 좀 신경이 쓰였던 거 같아요.” (사례 I)

## 5. 화장을 학습하는 경로

초등학생들은 화장하는 방법을 다룬 유튜브 영상을 본 적이 있거나 주기적으로 시청하는 경우가 많았다. 유튜브 영상의 등장인물이 화장으로 변화되는 모습에 그냥 신기하는 정도로 그치기도 하고, 유튜브 영상을 통해 화장품 종류를 알게 되거나 화장 방법을 배우기도 하였다.

“우리는 그런 거 많이 보지 않냐? 유튜브, 근데 유튜브에 나온 걸 그대로 따라할 순 없고, 그냥 비슷하게.” (사례 B)

“저는 유튜브 되게 자주 봐요. 그니까 제가 하는 것보다 보는 거에서 대리만족감을 너무 심하게 느껴요. 재미있다고 보다는 만족감? 아니 얼굴이 뭔가 변하는 과정이 신기하기도 하고.” (사례 D)

“저는 처음에 유튜브, 그냥 아무거나 막 뒤져보다가 그런 게 나와 가지고 봤는데 그 때부터 컨실러라는 것도 알게 됐어요. 컨실러랑 파우더는 제가 찾았어요.” (사례 K)

어머니, 언니와 같은 여성 가족구성원이나 주변 친구, 언니들로부터 화장 방법을 배운 학생이 많았다. 어머니의 경우 아직 어린 초등학생의 화장을 막을 것이라는 고정관념과는 달리 어머니로부터 직접 화장을 배운 사례도 여러 건 있었다.

“처음엔 애가 먼저 화장 해주다가 제가 좀 조금씩 하면서 아예 제가 해요, 이제. …… 언니도 몇 번씩 해 주고 그냥, 너는 이게 잘 어울리는 거 같아 이래서 언니랑 같이 화장품 공유도 하고 그랬어요.” (사례 B)

“저는 엄마가 제대로 알아야 한다. 네가 만약에 학교를 간다 그러면 최대한 연하게 막 이런 식으로, 만약에 입술에다가 무슨 효과를 주고 싶다 이러면 그라데이션이나 풀 립이나 이런 거를 그냥 다 알려 주셨어요. 종류 같은 거나 이런 걸.” (사례 D)

“저희 엄마가 저한테도 이제 어떤 걸 쓰는 게 더 좋고 너의 피부는 어떤 톤이니까 이런 걸 더 쓰는 게 좋

다 이렇게 알려주세요.” (사례 E)

“엄마가 알려줬어요. …… 근데 아이라이너는 아무 리 그러도 못 그리겠더라고요. …… 어떻게 그리는지 말은 해줬는데, 아는 언니가요.” “화장품 앱 같은데서 막 그런 거 올리잖아요. 뷰티 크리에이터가 그거를 찍어가지고.” (사례 H)

“제가 몰랐을 때, 기초화장할 때 그 틴트 그 물, 워터틴트 샀었는데 이제 언니가 초보자들은 워터틴트 보다는 막 이렇게 바르는 좀 물감처럼 그리는 틴트가 더 낫다고 해서 저한테 하나를 줬어요. …… 맨 처음에 워터틴트 샀다가 지금은 언니가 말해준거 사다가, 언니가 또 생일선물로 틴트를 줬어요. 그것도 괜찮아서 언니한테 좀 물어봤는데 아직은 그냥 틴트라서 쿠션만 해도 굳이 그렇게 세게 안 해도 된다고.” (사례 I)

“저는 친구들 하는 것도 보고, 그냥 계속 보고 있어요. 애들 그 화장품 가게에 가거나 가가지고도 몇 번 하고 샘플로 입에 바르더라고요. 눈에도 막 이러면서……. 색도는 그냥 엄마 하는 거 보고, 어설피게, 엄마 하는 거 되게 유심히 봐요.” (사례 L)

“저는 아는 언니한테 알았어요. 저 어릴 때부터 알던 언니가 있는데 그 언니가 중학교 들어가고 화장을 했는데 그 언니가 저희 엄마도 인정할 정도로 잘하거든요. 언니가 계속 해 줬어요. 그래서 알았어요. 엄마는 그냥 해주기만 했지 뭐가 이저다 어떻게 해야 되나 이걸 안 알려줬어요.” (사례 M)

화장에 대한 학부모들의 반응은 다양하였다. 학생들의 화장을 적극적으로 권유하거나 화장품을 선물하는 등 화장을 지지하는 유형과 화장을 특별히 반대하는 것은 아니지만 적극적으로 지원하지도 않는 소극적 유형도 있었으며, 부모님이 화장을 반대하거나 금지하여 학생이 집에서는 화장하지 않고 학교, 학원 등 외부에서 몰래 화장하는 경우도 있었다. 이 중 소극적 유형에 해당하는 사례가 가장 많았다.

“(집에서) 화장 못하게 해요. 모르겠어요. 그냥 하지 말래요. 아 언니가…… 모르겠어요, 그냥. ‘네 나이에 무슨 화장이나’ 했는데 엄마가 언니 화장대를 5학년 때 사줬거든요. 근데 나보고 하지 말래 진짜. (언니가 그랬니?) 아빠가.” (사례 A)

“그때는 친척들이나 뭐 그런 사람들이 많이 오니까 조금만 해요. …… 어른들 많이 있는 자리인데 뭔가 좀 아닌 것 같아서, 모르겠어요. 그냥 그런 기분이 들



어요.” (사례 H)

“피부는 걸러가지고, 학원에서도 걸리고 집에서도 티가 난대요. …… 엄마가 하면 다리를 분질러 버린대요. 틴트는 닦으면 그렇게 티는 안 나는데.” (사례 L)

## 6. 화장품 구매 패턴

화장품 구매 패턴은 화장품의 종류에 따라 다른 양상을 보였다. 스킨, 로션, 크림 등의 기초화장품은 부모님이 구입해 주시는 경우가 많은 것으로 확인되었다. 틴트나 립밤은 부모님이 구입해주시거나 본인이 직접 사는 경우로 나눌 수 있었다. 립 제품을 구매할 때 학생들은 본인이 직접 시험 사용하여 본인에게 어울리는 색을 구입하는 적극적인 구매 경향을 보였다. 용돈으로 화장품을 구매하는 경우에는 경제적인 부담을 느끼기도 하며, 화장품 구입 시 저가, 고가를 모두 구매하는 양면적 구매 패턴을 보이기도 하였고, 가성비를 고려하기도 하였다.

“저는 그냥 비싼 거, 안 비싼 거 다 …… 맨날 아까워가지고 제일 할 때만 진짜 쓴 거 사고.” (사례 A)

“저희 언니랑 저랑 시내를 자주 가져드요. 둘이서만 이제 얘기도 하고 그러는데 엄마가 이제 필요할 때 저희 보고 사오라 해요, 그럼 그 때. 틴트여도 이제 연한 게 이제 밀키 제품이나 이런 거는 연하긴 한데 대신에 양이 적은데 가격이 비싸니까. …… 가성비가 떨어지기도 하고.” (사례 D)

“저도 용돈을 받기는 하는데, 그냥 엄마한테 사달라고. …… 근데 가끔은 제가 사긴 해요, 가끔은.” (사례 G)

“돈이 없어서 더 사야 되는데 못 사고 있어요. …… 올리브영이나 그런데 가서. …… (용돈은) 일주일에 오천원씩 받아요. 화장품 가게에서 파는 건 너무 비싸고 언니가 전에 어떤 비싼 거, 만 오천원 짜리가 그런 거 샀는데, 팩트를 사서 그거를 얼굴에 발랐는데 그때부터 얼굴에 트러블 나고 막 그러니까. …… 그래서 비싼 화장품인데 왜 트러블나지? …… 언니가 그때 저한테 그 화장품 자랑 했었어요. 그래서 ‘부럽다’라고 했는데 언니 얼굴에 트러블이 나니까 언니도 병원 갔었어요, 너무 심해 갖고. 그래서 화장품을 바꿨어요. 그래서 그 뒤로 안 나오. 그래서 자기한테 맞는 화장품을 사야 되는 거…….” (사례 I)

화장품 구입 장소는 올리브영 등의 드럭 스토어(drug store)를 이용하거나 중저가 브랜드의 로드 샵(road shop)을 이용하는 경우가 대다수였다. 백화점 화장품은 거의 사용하지 않았으며, 저가생활용품 전문점에서 파는 저렴한 화장품은 피부에 좋지 않다는 인식을 가지고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 20대~50대의 연령층 중 20대가 로드 샵, 드럭 스토어, 인터넷 쇼핑과 같은 화장품 유통 채널에 대한 인식이 좋으며, 구매의도도 높은 것으로 나타난 Hwang and Shin(2016)의 연구 결과와 유사하다. 따라서, 초등학생을 포함하는 10대~20대의 젊은 연령층은 화장품 유통채널 중 주로 로드 샵과 드럭 스토어를 선호하는 것으로 볼 수 있다.

“다 써요, 더샐. …… 솔직히 다 제일 좋아하는 건 에뛰드, 그 브러쉬 같은 거는 …… 000꺼, 왜 이런지는 모르겠지만 000꺼 신뢰 안가. 000 브러쉬는 있는데 막 화장품 같은 거는 신뢰가 안 가는데.” (사례 B)

“페리페라랑 더페이스샵이랑 미샤랑 토니모리랑…… 에뛰드까지.” “(구입 기준은?) 저한테 어울리는거요. (직접 해봐?) 네, 손에다.” (사례 H)

“000 꺼는 오백원, 천원 정도 하는데 그런 것들은 좀 얼굴에 트러블 같은 게 날 가능성이 더 높잖아요. (사례 I)

## V. 결론 및 제언

본 연구는 초등학생들이 색조화장을 시작하게 된 계기, 화장 방법 및 화장 방법의 학습 경로, 화장품 구매 패턴을 살펴보고자 하였다. 이를 위하여 색조화장을 하고 있는 초등학교학년 여학생을 연구 대상으로 선정하여 심층적으로 면담하고 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 초등학생들은 친구와 언니, 어머니 등 가족의 영향으로 인해 색조화장을 시작하게 되었다. 먼저 색조화장을 시작한 친구가 화장을 권하거나, 화장과 관련된 이야기를 들으며 자연스럽게 화장에 관심을 가지게 되는 것을 확인하였다. 가족의 영향으로 화장을 시작하게 되는 경우 언니의 영향이 강한 것으로 나타났다.

둘째, 화장을 하는 이유는 자신의 결점을 가리고 타인에게 보다 아름답게 보이기 위한 것으로 드러났다. 화장 전 자신의 맨얼굴에 자신이 없어 맨얼굴로 외출하기를 꺼려하고 맨얼굴을 못생겼다고 생각하여 화장을 하는 여학생이 많았다. 초등학생들은 하얀 피부와 붉은 입술을 아름답다고 생

각하는 경향이 강했다.

셋째, 초등학생들은 미백 기능이 있는 선크림, 선쿠션 등으로 피부 표현을 하였고, 입술에는 틴트를 사용하였다. 일부 학생들은 자신의 결점을 가리기 위하여 컨실러를 사용한다고 답했으며, 아이세도과 아이라이너, 아이브로우 등을 사용하여 눈 화장을 하는 학생들도 있었다. 립스틱을 사용하는 학생은 없었는데, 이는 립스틱의 가격이 틴트에 비해 비싸고 학생들 사이에 립스틱은 어른들이 사용하는 화장품이라는 인식이 강하기 때문으로 보인다.

넷째, 초등학생들은 가정에서는 맨얼굴로 편하게 생활하였으나 학교나 학원, 또는 친구들과 외출할 때는 화장하는 것을 선호하였다. 학원보다는 학교에서 화장하는 것에 대해 어렵게 생각하는 학생들도 있었다. 화장에 대한 학부모들의 태도는 다양했는데, 학생들의 화장 행동을 적극적으로 권유하거나 지지하는 유형과 화장을 금지하는 유형, 그리고 학생의 화장에 대해 긍정적인 반응도 부정적인 반응도 하지 않는 유형이 있었다. 학생들은 주로 유튜브 동영상이나 친구, 가족을 통하여 화장하는 방법을 배웠다.

다섯째, 초등학생들은 구입하려는 화장품 종류에 따라 다른 구매 패턴을 보였다. 스킨, 로션, 크림 등의 기초화장품은 부모님이 구입해주는 경우가 많은 반면, 틴트류는 본인이 직접 구입하는 경향이 있었다. 이는 기초화장품에 비해 틴트류의 가격이 상대적으로 저렴하고 직접적으로 색깔이 얼굴에 표현되기 때문에 학생들이 자신과 어울리는 색을 사고 싶어 하는 데 기인하였다. 학생들은 가격이 비싼 백화점보다는 드럭 스토어와 로드 샵을 이용하였다. 저가생활용품 전문점에서 판매하는 화장품은 피부에 좋지 않을 것이라고 인식하고 꺼려하는 경향이 있었다.

위와 같은 결과를 바탕으로 본 연구의 시사점을 살펴보면 다수의 초등 고학년 여학생들은 자신의 외모를 부정적으로 평가하며, 외모에 대한 자신감이 부족하여 화장을 통하여 이를 극복하고 아름다워지려 노력하였다. 이러한 사실은 초등학생들이 외모 중심의 가치관에서 벗어나 정신적인 가치의 중요성을 깨닫게 하고, 동시에 자기 자신의 가치를 긍정적으로 평가할 수 있도록 긍정적 신체이미지와 자아존중감을 높이는 교육이 필요하다는 것을 보여준다.

색조화장을 시작하는 초등학생들은 경제적인 이유로 저가 화장품을 선택하는 경향이 있어 학생들이 사용할 수 있는 안전하고 경제적인 화장품 브랜드의 필요성을 확인하였다. 또한 초등학생들이 주로 구입하는 화장품의 안전 관리를 강화하고 아동에게 유해할 수 있는 물질의 성분을 표시하고 제한할 필요가 있을 것이다.

본 연구는 서울지역의 한 초등학교에 재학 중인 학생들을 분석한 연구로 학군과 지역에 따라 초등학생들의 화장에 대한 생각과 색조화장을 하는 비율이 상이할 수 있기 때문에 다양한 인구통계적 특성을 가진 학생들을 대상으로 확대하여 연구할 필요가 있다. 본 연구는 질적 연구방법을 사용한 탐색적인 연구로 본 연구의 결과를 바탕으로 양적 연구를 실시하여 통계적으로 유의성을 확인해 볼 필요가 있으며, 초등학생의 화장에 관련된 여러 변수를 양적 연구를 통해 고찰할 수 있을 것이다.

## References

- Barn, K., & Kim, Y. (2016). Use of beauty products and their consumption: A behavioral research in the higher grades of elementary schools. *Journal of Fashion Business*, 20(4), 172-188. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.12940/jfb.2016.20.4.172>
- Cha, G. (2006). A study on adolescents' the cosmetic application and buying. *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 12(1), 41-50.
- Chang, Y. J. (2000). Psychology for health care and phenomenological qualitative study. *Journal of Qualitative Research*, 1(1), 1-11.
- Choi, H. (2016). Literary restoration and therapeutic alternatives to lookism: Humanistic solutions for social problems due to lookism. *Journal of Literary Therapy* 40, 225-259. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.20907/kslt.2016.40>.
- Choi, N. S. (2005). *The research of the impact of the trend color on the purchase of color cosmetic* (Unpublished master's thesis). Graduate School of Distance Learning, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Choi, N. (2012). Appearance management activities of female high school students through star-entertainer imitation: School uniform modification, hairstyle, and makeup. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 24(3), 175-189. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-000502.2012.24.3.010>
- Dion, K. K., & Berscheid, E. (1974). Physical attractiveness and peer perception among children. *Sociometry*, 37(1), 1-12.

- Hahn, D., & Gil, I. (2016). A survey study on the characteristics of friend relations and their development across upper grades in an elementary school. *The Journal of Elementary Education*, 29(4), 257-280. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-000649.2016.29.4.003>
- Hwang, G., & Shin, S. (2016). A study on adult women's awareness of cosmetics distribution channels and purchase intention. *Journal of Fashion Business*, 20(1), 1-16. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.12940/jfb.2016.20.1.1>
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles*, 45, 645-664.
- Kail, R. V., & Cavanaugh, J. C. (2015). *Human development: A life-span view* (7th ed). Boston, MA: Cengage Learning.
- Kim, H., & Yoo, T. (2002). A study of the make-up behavior and consumers anxiety in purchasing cosmetics of female high school student. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile*, 26(2), 251-262.
- Kim, J. (2017). The study on elementary students' current conditions of cosmetics usage. *Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 7(5), 381-393. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.14257/ajmahs.2017.05.78>
- Kim, J., & Jin, H. (2017). Relationships between cosmetics use and family cohesion and adaptation to school life in the upper grade elementary school girl. *Korean Journal of Elementary Education*, 28(3), 1-18. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.20972/Kjee.28.4.201712.303>
- Kim, M., & Kim, J. (2014). A study on the usage and purchasing behavior of cosmetics among elementary school students. *Journal of the Korean Society of Cosmetics and Cosmetology*, 4(2), 209-219.
- Lee, H., & O, I. (2010). The use of cosmetics in high school girls divided and grouped according to interest in make-up and make-up behavior. *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 16(2), 495-504. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-001852.2010.16.2.011>
- Lee, H., & Hwang, C. (2002). A study on makeup image and self-consciousness according to the level of expected socio-psychological effect of makeup. *Journal of the Korean Society of Costume*, 52(8), 137-149. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-000391.2002.52.8.005>
- Lee, I., & Lee, K. (2008). The relationship among appearance satisfaction, self esteem and school maladjustment in elementary, middle and high school students. *Journal of the Korean Society of School Health*, 21(1), 11-22. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-001960.2008.21.1.004>
- Lee, Y., & Chung, C. (2009). Relationship among appearance satisfaction, appearance behavior and school-related adjustment of elementary school children. *Journal of Korean Practical Arts Education*, 15(4), 85-104. Retrieved from <http://doi.org/10.17055/jpaer.2009.15.4.85>
- Lee, Y. (2018, June 15). 아이들까지 메이크업 시키는 사회, “나는 아동 화장을 거부한다” [A society that forces to makeup children, “I refuse to do makeup for children”] Retrieved June 20, 2018, from <http://news.khan.co.kr>
- Park, S., & Kim, J. (2007). A study on elementary student's satisfaction about own appearance and use of color make-up product. *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 13(2), 458-466. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-001852.2007.13.2.004>
- Seo, Y. (2003). *Relationships between adolescents' appearance satisfaction and self-esteem and academic achievement* (Unpublished master's thesis). Graduate School of Education, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Seol, H. & Choi, I. (2010). A study on beauty action of the growing generation. *The Research Journal of the Costume Culture*, 18(3), 514-525. Retrieved from <http://doi.org/10.29049/rjcc.2010.18.3.514>
- Shim, J. (2018). A study on children's cosmetics based on analyzing Internet news and best items. *Journal of Fashion Business*, 22(2), 134-149. Retrieved from <https://doi.org/10.12940/jfb.2018.22.2.134>

Shim, J., & Kim, H. (2008). The relationship between the body satisfaction/self-esteem of female middle and high school students and their use of make-up. *Journal of the Korean Society of Costume*, 58(4), 128-138. Retrieved from <http://uci.or.kr/G704-000391.2008.58.4.010>

Shin, H., & Kim, J. (2007). Purchasing behavior and orientation of cosmetic consumers by age group. *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 3(3), 1130-1146.

---

Received (August 27, 2018)

Revised (October 16, 2018; November 17, 2018)

Accepted (November 20, 2018)