

청소년을 위한 화장품 및 미용 교육프로그램 만족도 연구

- 광주광역시 '청소년 화장품 안전사용교육'을 중심으로 -

오서현[†]

남부대학교 향장미용학과

A Study on Satisfaction with Cosmetics and Beauty Education Programs for Youth: Focusing on Gwangju Metropolitan City's "Safety Use Education for Youth Cosmetics"

Oh, Seo Hyun[†]

Cosmetology Science Nambu University; Gwangju, Korea.

Abstract: This study aimed to assess the satisfaction levels of adolescents with beauty programs, investigate the factors influencing them, and present foundational insights for designing cosmetics and beauty education initiatives tailored to adolescents. Specifically focusing on the "Safety and Use Education for Youth Cosmetics" program implemented in Gwangju Metropolitan City, it examined the satisfaction of participants, including students, instructors, and school teachers involved in the education. The study was based on action research, a qualitative methodology. The conclusions are as follows: First, participants gained knowledge and information encompassing various aspects of cosmetics, such as types, expiration dates and usage span, face wash and skin types, shampooing methods, scalp care, role and significance of sunscreen, skin trouble management, and identification of skin type, through cosmetic education programs. Second, participants learned about techniques such as eyebrow trimming, eyebrow shape correction, facial contour correction, skin blush supplementation, color makeup, personal color, and tattooing. Third, there is an urgent need to develop different educational teaching resources suitable for implementation across elementary, middle, and high schools. Fourth, it is necessary to cultivate higher-quality instructors in this digital age. Fifth, it is crucial to explore new methods of delivering beauty education to adolescents. We hope the insights gleaned from this study will serve as useful foundational data, albeit modest, fostering new beauty trends amidst the challenging landscape of youth education.

Key words: safety use for cosmetics (화장품 안전사용), beauty work-study (미용 체험학습), action research (액션 리서치), education for youth (청소년 교육), beauty for digital generation (디지털 세대의 미용)

1. 서 론

1.1. 연구 배경 및 목적

현대사회의 급변하는 미디어 환경에서, 남녀노소를 불문하고 용모를 가꾸기 위해 많은 시간과 돈을 투자하여 적극적으로 노화에 대응하는 외모관리행동은 단지 아름답게 보이고자 하는 수준을 넘어 자존감 향상과 사회적 관계 구축을 위한 것으로 그 의미가 확장되고 있다(Yoo & Nah, 2023).

인터넷이나 소셜 미디어를 이용해 수많은 이미지와 영상을 공유하는 청소년들은 화장품을 구매하여 자신을 꾸미고 연예인의 화장법이나 스타일을 모방하는 등 적극적인 자기표현을 보여준

다(Kim & Kim, 2019). 청소년들의 구매력과 소비력이 성인에 비해 뒤떨어짐에도 불구하고, 장차 화장품의 주요 소비층으로 성장할 수 있다는 점에서 청소년 대상의 화장품 시장은 확장을 거듭하고 있다. 하지만, 화장품의 올바른 선택 및 사용에 관한 교육 기회가 거의 없는 청소년들은 주로 광고나 SNS 등에 의존하여 피부 상태나 목적에 적절하지 않은 화장품 구매 및 관리 행동을 하는 경우가 적지 않다. 청소년의 현실과 눈높이를 고려한 화장품 및 미용교육의 필요성이 높아지고 있다고 하겠다.

청소년 대상의 화장품구매 및 외모관리행동을 다룬 연구는 여고생들의 화장품 사용실태 및 구매행동에 관한 연구(Kim & Lee, 2014; Lee & Oh, 2010), 청소년들의 화장품 사용실태 및 구매행동에 관한 연구(Jang & Kim, 2014) 등이 있다. 청소년을 위한 화장품 성분 관련 연구도 시도되고 있는데, Kim(2019)와 Kim and Han(2010)은 고등학생의 '화장품 전 성분표시' 인식이 성인과 어떤 차이가 있는지 연구하였다. 또한, 중·고등학생은 물론 최근 화장을 시작하는 연령이 점차 낮아져서 초등학생 역시 큰 구매력을 지닐 수 있는 잠재 소비자로 급부상하고 하고 있다는 점도 여러 연구를 통해 다뤄지고

[†]Corresponding author: Oh, Seo Hyun

Tel. +82-62-970-0136

E-mail: ohk0910@nambu.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.

있다(Kim & Jin, 2017; Lee & Jung, 2014; Lee & Oh, 2018).

청소년 대상의 미용교육에 관한 연구를 보자면, 기존의 방과 후 수업 혹은 2016년 이후 전국 중학교에서 전면 시행된 자유학기제를 통해 일부 학교에서는 미용교육이 시도되어 학생들의 호응을 얻고 있으며, Jeon and Yoon(2018)은 자유학기제에 참여하는 학생들의 화장품에 대한 관심이 매우 높음을 확인하였다. Yang(2014)은 방과 후 학교 미용 프로그램이 높은 인기를 얻고 있으며, 실용적이고 전문적인 프로그램으로 발전시킨다면 장차 전문미용인 양성의 밑거름이 될 수 있다고 보았다. Kim and Cho(2018)는 방과 후 미용교육프로그램에 참여한 학생들이 미 참여 학생들에 비해 자아존중감과 창의성, 인성, 일상적 스트레스의 해소라는 측면에서 긍정적인 결과를 나타냈다고 하였다. Kang and Jung(2017)은 학생들의 즐거운 학교생활을 돕고 화장품의 오·남용의 문제점을 해결하기 위해 자유학기제에서 활용할 수 있는 화장품교육 융합프로그램을 개발한 바 있다.

여러 선행연구에서 보듯이 최근 청소년들의 화장품 구매나 외모관리행동을 부정적으로 보기보다는 정확한 화장품 정보 전달 및 미용교육의 필요성에 대한 사회적 공감대가 형성되고 있다. 초·중·고 시기에 건강한 방식으로 자신을 가꾸는 방법을 배우는 것은 자아 존중감의 향상에도 큰 도움이 된다. 이러한 교육 프로그램이 효과적으로 설계되기 위해서는 학생들의 특성과 미용 경험이 무엇인지 알아야 하며, 교육의 효과 및 운영 가능한 방식은 어떤 것인지, 현장의 환경요인을 분석하여 반영해야 한다. 본 연구는 청소년 대상의 화장품 및 미용교육 프로그램을 개발 적용하여 만족도를 파악하고 이에 영향을 주는 다양한 요인과 보완점을 구체적으로 조사하여 향후 청소년 대상의 미용 관련 프로그램 설계를 위한 기초자료로 제안하고자 하였다. 이를 위해 광주광역시에서 시행된 ‘청소년 화장품안전사용교육’ 프로그램을 중심으로, 교육에 참여한 학생, 강사 및 학교 교사 등 각 연구대상들의 만족도 및 보완점과 관련된 요인들을 분석하였다.

1.2. 연구 대상과 범위

본 연구대상인 ‘청소년 화장품 안전사용교육’(remake me)은 광주광역시와 교육청, 광주 소재 N대학이 협력하여 2022년 8월부터 12월까지 관내 학교를 ‘찾아가는 수업’ 방식으로 진행한 청소년을 위한 화장품 및 미용체험 교육프로그램이다. 교육 프로그램의 대상자는 초등학교 5학년부터 고등학교 3학년까지로 한정하였으며, 프로그램의 구성은 1차시에 화장품 안전사용 교육, 2차시에 체험 프로그램으로 운영하는 것을 기본 설계로 하여, 정규수업 2차시(100-120분)동안 이루어졌다.

본 프로그램에 참여한 학생들의 인원은 총 3,158명(학급 수 기준 125개)으로 집계되었으며, 자료 수집을 위해 초등 7학급, 중등 10학급, 고등 5학급에서 회수된 465부의 설문지를 조사대상으로 하였다. 또한, 강사 13명을 대상으로 설문지 조사 및 인터뷰를 실시하였으며, 초등교사 2인, 중등교사 2인, 고등교사 2명, 교육 전문가 3인은 인터뷰만을 실시하였다.

본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 참여자들은 화장품 교육을 통해 어떤 정보와 지식을 습득했는가?

둘째, 참여자들은 체험 프로그램을 통해 어떤 정보와 지식을 습득했는가?

셋째, 본 교육 프로그램에 참여한 연구대상자들의 만족도는 어떠한가? 그에 영향을 주는 요인들은 어떤 것인가?

넷째, 본 교육 프로그램의 한계점은 어떤 것이며, 향후 청소년 대상의 미용교육 프로그램 설계에서 고려해야 할 요인은 어떤 것인가?

2. 이론적 고찰

2.1. 청소년의 범주 및 특성

청소년 기본법에 의하면, 청소년은 9세 이상 24세 이하를 대상으로 하며 청소년이 사회구성원으로서 정당한 대우와 권익을 보장받으며 스스로 생각하고 자유롭게 활동할 수 있도록 국가와 사회가 보호할 것을 기본이념으로 하고 있다. 한편, 청소년의 건전한 육성·보호를 위해 제정한 법률인 청소년 보호법은 19세 미만의 자를 청소년이라 하며, 유해 매체와 약물 등이 청소년에게 유통되는 것과 폭력·학대 등 각종 유해한 환경으로부터 청소년을 보호·구제하고자 하는 취지에서 제정되었다(「Basic Youth Act」, 2014)

청소년은 아직 형법상 성인으로 취급할 나이가 되지 않은 젊은 사람을 의미하기도 하는데, 일반적으로는 13-18세를 말하고, 학년으로는 중1에서 고3까지를 지칭한다. 청소년이 되면 신체적인 변화가 일어나며, 청소년이라는 용어는 법률상 능력을 언급하는데 사용되는 ‘미성년’(minor)과는 구분된다.

청소년기 학생들은 급속한 신체변화 및 사회성이 발달되는 과정에서 인지적, 사회적, 정서적으로 많은 변화를 겪게 되는데, 이 과정에서 자신을 가치 있는 존재로 느낄 수 있는 자아 존중감을 형성하는 것이 성인이 되어서도 행복하고 건실한 삶을 영위할 수 있는 바탕이 된다. 특히, 청소년기의 신체만족은 정서에 많은 영향을 미치게 되는데, 미디어에서 보여 지는 이상적인 신체상을 자신과 비교하며, 자신의 부정적인 면만을 부각시키는 경우도 발생한다(Song et al., 2013). 이는 자아존중감의 저하로 이어지며 성인이 된 이후에도 자아개념 및 사회성 발달에 부정적인 영향을 미칠 수 있다(Lee & Chung, 2009).

청소년의 높은 외모 관심도가 메이크업, 피부 관리, 헤어, 네일, 의복, 체중 및 체형 관리와 같은 외모관리행동으로 이어지며 그에 따른 부작용의 사례도 늘어나고 있으므로(Lee, 2013), 스마트폰을 통해 검증되지 않은 미용 시술과 무분별한 화장품 광고에 현혹되지 않도록 지도할 필요가 있다. 남자고등학생들 또한 자신의 외모관리에 매우 예민하여 패션 및 화장품구매에 꾸준하게 지출을 하고 있다는 연구도 있듯이(Wee, 2015), 외모관리행동을 규제하려고만 하는 소극적인 지도보다는 청소년시기에 맞는 올바른 화장품 및 미용교육 프로그램을 개발하기 위

한 사회적 지원이 필요하다(Kim & Kim, 2019).

2.2. 미용 교육의 현황 및 역할

미용(美容)의 본질은 '아름다움에 대한 탐구'이며 미용학은 '인간이 지닌 미적 특성과 미적 가치를 총체적으로 다루는 학문'이라 하겠다. 현대의 미용은 '얼굴, 피부, 두발과 손·발톱 등의 상태를 개선하고 아름답게 꾸미는 기술이자 예술이며, 미학, 의학, 과학, 심리학 등을 기반으로 하는 복합학문 분야로 정의되고 있다(Oh & Nah, 2019).

미용 교육은 시대에 따라 문화가치를 창조하며 인체의 각 부위에 새로운 형태를 부가시키는 행위예술이자, 건강한 미를 만들어내는 실질적인 교육이라 할 수 있다. 1980년대까지만 해도 한국의 미용교육은 이론과 지식에 근거를 두기보다는 도제식으로 기능인을 양성하는 것이라는 인식이 지배적이었으며, 이로 인해 장기간 숙련된 인력들도 전문직업인으로서의 자부심 및 사회적 입지를 확보하기 어려운 면이 있었던 것이 사실이다. 1990년대에 대학의 미용학과가 개설되기 시작되며 미용분야의 학문적 입지가 생기게 되었으며, 현재 특성화 고등학교부터 2년제, 4년제 대학, 대학원 석·박사 과정까지 이르는 학제 간 체계가 이루어져 있다. 사실 교육시설까지 포함한다면, 세계적으로 인정받는 K-뷰티의 확산에 힘입어 미용 교육 시장의 성장세는 앞으로도 상당기간 지속될 거라는 긍정적 전망을 할 수 있다.

이제 미용교육은 미용 전공자가 아닌 이들에게도 수요가 발생하고 있으며, 특히 학령인구의 감소라는 불가피한 교육환경의 변화로 인해 청소년을 위한 창의적인 콘텐츠를 개발해야 한다는 필요성이 고조되고 있다. 디지털 환경에서 성장하며 새로운 기술의 습득 및 활용에 익숙한 청소년들에게(Oh & Nah, 2019) 미용 관련 교육은 몇 가지 측면에서 중요성을 지니고 있다.

첫째, 자신의 개성과 스타일을 탐색하여 자기표현 및 자신감을 향상시킬 수 있다. 둘째, 개인위생 및 건강한 생활 습관의 중요성을 깨닫게 된다. 셋째, 예술의 한 형태인 미용 기술을 접하며 창의성을 발달시킬 수도 있다. 넷째, 끊임없이 변하고 발전하는 미용 분야를 접하며 미래 직업탐색의 기초를 마련할 수 있다. 다섯째, 미용 분야에서 중요한 소통 기술을 다루며 사회성을 키울 수 있다. 이렇듯, 미용 교육은 단순히 외모관리의 차원을 넘어서 청소년들의 전반적인 성장과 발달에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

2.3. 화장품 교육의 역할 및 필요성

화장품 법 제2조 1항에 따르면 화장품은 '인체를 청결, 미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부, 모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것'을 말한다. 화장품은 의약품과 달리 "질병의 진단이나 치료, 처치, 증상 경감 또는 예방을 목적으로 사용하는 것이 아니며", 피부에 직접적으로 장기간 사용하므로 안전성과 안정성을 모두 갖추어야 한다. 어린이나 노약자 및 민감한 피부의 경우에는 알레르기나 부작용을 일으킬 수

있는 가능성이 있으므로 정확한 제품 정보와 사용법을 확인하고 그 목적에 부합하게 사용해야 한다(「Cosmetics Act」, 2022).

생활수준의 향상에 따른 인식의 변화로 화장품 성분에 대한 사회적 관심이 커지면서, 2008년 10월 18일자로 보건복지부는 소비자의 알 권리와 선택권보장을 위해 화장품 제조 시 사용된 모든 성분을 공개적으로 표시하여 혹시 모를 부작용을 최소화하기 위한 '화장품 전 성분표시제'를 시행하였다(Park & Choi, 2016). 이러한 제도는 1976년 미국에서 화장품 성분에 대한 정확한 정보제공의 목적으로 최초로 시도되었으며, 외국의 경우와 달리 국내는 용기의 디자인을 위해 난해한 용어로 형식적인 표기를 하다 보니 정보전달에 다소 제한적이라는 지적이 제기되어왔다.

화장품을 비롯한 K-뷰티 콘텐츠가 세계적으로 각광을 받는 상황에서, 다양한 온라인 콘텐츠를 활용하여 구매행동으로 이어가고 있는 청소년들에게 필요한 화장품 교육의 중요성과 역할은 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 올바른 사용법으로 피부문제를 예방하고, 건강한 피부 관리를 할 수 있도록 한다. 둘째, 화장품 성분과 안전성 교육을 통해 피부자극, 알레르기 반응을 피하고 자신에게 적합한 화장품을 선택할 수 있도록 돕는다. 셋째, 화장품을 사용하여 자신의 개성과 아름다움을 표현할 수 있도록 돕는다. 넷째, 과장된 화장품 마케팅 정보를 비판적으로 보고 현혹되지 않도록 한다. 다섯째, 유명인들의 기준이 아닌 자신에게 적합한 기준을 스스로 설정할 수 있도록 한다. 여섯째, 화장품 산업의 지속 가능성과 윤리적 소비 등 책임감 있는 소비자 의식을 발달시킬 수 있다. 이러한 이유로 인해 청소년을 위한 화장품 교육 프로그램 개발의 중요성이 커지고 있다.

3. 연구 방법 및 절차

3.1. 액션 리서치(action research)

본 연구는 질적 연구(qualitative research) 방법인 액션 리서치를 주된 기반으로 하였다. 이는 연구자가 직접 상황에 개입하며 현장을 변화시킬 만한 실천(action)을 하며 그 과정에서 일어나는 변화와 개선의 과정을 탐구(research)하는 연구방식으로 실천연구, 실행연구, 현장연구 등의 용어로 번역되기도 한다(Park, 2019).

액션 리서치 방법은 연구자가 직접 개입하여 교육현장에서 연구한 프로그램을 실행하고 그것의 변화와 개선이 필요한지 연구하고 실행하는 과정이 순환적으로 이루어지게 된다(Seo & Yoon, 2015). 교육 프로그램의 운영 실태나 만족도에 관한 선행연구들은 대개 엄격하게 통제된 설계의 실험이나 설문조사를 바탕으로 일반화된 제언을 제공할 수 있는 양적연구가 주를 이루고 있는데, 연구의 목적이 연구자가 참여하는 현장의 문제를 발견하고 개선하는 것이라면, 질적 연구 방법인 액션리서치를 통해 특정 집단이 가진 문제의 개선을 가져올 수 있다(Kang & Kim, 2023).

Table 1. Comparison of action research and PBL

	Action research	PBL
Purpose	Real issues of group	Complicated scenario of students
Parcipants	By researchers of community	By students in education
Process	Discernment of problem & action Plan-action-assesment-upgrade	Discussion, plan for solution, Collect and collate data
Results & application	Substantive change of group & community	Learning experience & problem-solving ability improvement

Table 2. Process of action research

Step	Contents	Methods
1. Problem definition & plan setting	The factors affecting participants & goal setting	Investigation period, object of investigation
2. Data collection	Question investigation, interview, observation etc.	Role participation, Study environment
3. Data analysis	The strengths & the weaknesses	Subject classification of qualitative data
4. Action plan	Deriving improvements	Improvements of learning materials & method improvement
5. Practice improvement plan & monitoring	Implementation of an improvement plan & monitoring	Reactions of students & satisfaction measurement
6. Evaluation and reflection	The effect of an improvement plan	Additional improvement plan

액션러닝을 교육현장에서 흔히 활용되는 프로젝트 기반학습(PBL: Project-Based Learning)과 비교해 보자면, PBL 역시 존 듀이(John Dewey)의 경험론 학습을 기본으로 한 문제기반학습이란 면에서 공통점이 있다(Park et al., 2023). 즉, 두 가지 방법 모두 학습과 문제 해결에 중점을 두는 접근방식이지만, 교육현장에서 복잡한 문제나 시나리오를 통해 학생들의 문제해결 능력 향상을 위한 PBL과는 달리, 액션 리서치는 실제로 조직이나 커뮤니티의 구성원들이 참여하여 그들 스스로 연구와 실제 행동을 수반한다는 점에서 그 목적과 방법에 차이가 있다. 액션 리서치와 PBL의 목표와 과정 및 결과를 다음과 같이 정리할 수 있다(Table 1).

액션 리서치를 통해 청소년 대상의 미용 교육프로그램의 만족도를 조사하기 위해서 문제정의 및 계획 수립, 자료수집, 자료 분석, 행동계획 수립, 개선안 실행 및 모니터링, 평가 및 반성의 과정을 거쳐야 하며, 보완점이 있을 생길 경우 추가적인 개선안 도출 및 실행과정을 반복하게 된다. 본 연구는 다음과 같은 단계와 내용으로 진행되었다(Table 2).

3.2. 연구 절차

3.2.1. 연구 준비(2022.8.)

본 연구는 2022년 8월부터 12월까지 시청·교육청·대학의 협력체제로 5개월 동안 진행되었다. 프로그램 운영 및 선정과정의 공정성 확보를 위해, 대상학교 신청접수와 선정은 교육청

이 진행하였으며, 선정기준은 권역 별로 학급수가 많은 학교와 고학년 학급을 우선으로 하였다. 1차로 신청한 학교들의 학생 수는 약 10,000명이었으며, 최종적으로 선정되어 본 교육 프로그램에 참여한 학생들의 인원은 총 3,158명(학급 수 기준 125개)으로 집계되었다(Table 3).

초·중·고 별 참여 비율은 초등(38.4%) > 고등(32%) > 중등(29.6%) 순이며, 학년 별 참여 학급 수는 초등은 6학년 41학급(85.42%) > 5학년 7학급(14.58%), 중등은 3학년 36학급(97.3%) > 2학년 1학급(2.7%), 고등은 3학년 36학급(100%)으로 산출되었다.

본 프로그램은 즐거운 미적 경험과 함께 지식과 정보를 제공하기 위해, 1차시에 화장품 안전사용 교육, 2차시에 체험 프로그램을 운영하도록 하였다. 사전 수요조사를 통해 퍼스널 컬러, 메이크업, 네일아트, 무대분장, 타투 과목을 체험 프로그램으로 구성하였으며 참여 학교 선정 이후 학교 담당자들이 학생들의 희망사항을 반영하여 이메일 및 전화를 통해 학급별 프로그램을 결정하였다. 이 과정에서 ‘화장품안전사용교육’이라는 명칭이 다소 길고 딱딱한 느낌을 준다는 의견이 많아 학생들의 눈높이를 고려한 ‘리메이크미(remake me)’라는 프로그램명을 새롭게 설정하였다.

본 기간에 교육 프로젝트 설계 경험이 있는 교육전문가 3인과의 인터뷰를 진행하며 프로그램 운영 시 중요하게 고려할 요인 및 목표를 탐색하였다(Table 4).

Table 3. Participants' distribution

	East	West	South	North	Gwangsan gu	Total
Elementary	234	103	158	232	465	1192(48)
Middle-scho	.	226	169	219	330	944(37)
High-school	.	242	286	185	309	1022(40)
Total	234	571	613	636	1104	3158(125)

unit: person(class)

Table 4. Educational Professionals' indepth interview

	A	B	C
Strength	Government-industrial-educational project	Practical use of human resources in Gwang-ju	Various categories of beauty
Directionality	Branding of program	Human resource development	Balanced development of beauty

Table 5 Safety use education for Youth cosmetics

Aims	Joyful and helpful visiting class for youth cosmetic & beauty education		
Objectives	Beauty professionals	Government-industrial-educational	New contents of beauty education
Core contents	Competent lecturer	Cooperation of government and education	Development of teaching plan and materials
	Development of human resources in Gwang-ju	Sustainable beauty education (cosmetics)	Filed class development
	Pre-education program	Beauty education as a culture education	Program branding:'remake me' naming

준비 단계에서 설정한 방향성은 진로탐색이 아닌 창의적인 자기표현 활동에 주안점을 두는 것이었다. 2차시 동안 유익한 화장품 정보전달과 더불어 즐거운 자기표현의 시간을 갖도록 하는 데에 목표를 두었으며, 청소년들의 직업탐색의 기회를 위한 별도의 프로그램이 필요하다는 데에 의견을 모았다. 관·산·학이 협력하여 개발한 광주 '청소년 화장품 안전사용교육'의 핵심내용은 다음과 같다(Table 5).

3.2.2. 예비 연구(2022.9)

사전조사를 통해 개별 학급의 체험프로그램을 결정하는 정에서, 권역별, 학교별, 학년 별로 평소 화장품에 대한 지식 및 외모관리행동에 대한 연구대상자들(학생 및 교사)의 이해도에 많은 차이가 있음을 발견하고, 운영방법을 재정비할 필요성이 대두되었다. 미용 프로그램 참여 경험이 전무한 경우와, 여러 경험이 있어 기존과 차별화되었으면 한다는 경우가 혼재되어 있었다. 일반 교과와는 달리 화장품 교육 및 체험 프로그램의 성취 수준을 일원화하기는 어려우므로, 각 학급 별, 학년 별, 성 별 등 다양한 변수를 고려하여 다각도로 수업을 운영해야 만족도를 높일 수 있을 것이라 판단하였다. 개별 학급에 대한 정보를 최대한 파악하기 위해 담당교사의 협조가 필수적이라고 보고 지속적으로 소통을 유도하였다.

체험 수업 신청비율로 보자면, 퍼스널 컬러(36%) > 네일(23.2%) > 메이크업(22.4%) > 타투(12%) > 분장(5.6%) > 헤어(0.8%) 순이었다(Table 6). 헤어는 1회 운영 이후 수업을 중단하였는데, 미용 열기구를 직접 다루기 어려운 학생들이 많다 보

니, 안전을 고려한 학교의 입장이 반영된 것으로 보인다. 체험 수업의 종류를 다양하게 설계한 것은 연구대상자들의 선호도와 관심을 파악하기 위함이었다.

초·중·고별로 신청 과목 비율을 보자면, 초등은 퍼스널컬러(35.42%) > 네일(25%) > 타투(18.75%) > 분장(12.5%) > 메이크업(8.3%) 순, 중등은 메이크업(35.13%) > 퍼스널컬러(27.03%) > 네일(24.32%) > 타투(10.81%) > 분장(2.7%) 순이며, 고등은 퍼스널컬러(45%) > 메이크업(27.5%) > 네일(20%) > 타투(5%) > 헤어(2.5%) 순으로 신청하였다. 초·중·고 전체적으로 메이크업과 네일 과목 신청비율이 높았으며, 남학생과 여학생의 과목 선호도 차이는 거의 없었음을 알 수 있었다(Table 7).

사전 조사를 통해 화장품 안전사용 교육과 관련해서는 유사한 프로그램을 경험해 본 학교가 거의 없었음을 파악하여 청소년들이 선호하는 스타일로 교안을 편집하고 가독성 좋은 4단 접지로 만들어서 매 수업 시 모든 학생들에게 배부하기로 하였다.

예비 연구 단계에서는 성공적인 운영에 가장 중요한 요소인 강사진을 선정하였는데, 기준은 전공분야의 전문성과 교육 경력, 학생들과의 의사소통 능력 및 총 5개월간 일정조율이 가능한 인력들을 추천받아 최종 13명을 선정하였다. 또한, 학교로 찾아가는 수업의 효율을 높이기 위해 보조강사 20여 명을 모집하여 수업 준비, 설문지 배부 및 수거, 체험활동 지원, 뒷정리 등을 하도록 설계하였다. 모든 강사들은 사전교육을 통해 교안 설계 및 모의 수업에 참여하였고, 찾아가는 수업에 필요한 교구를 테스트하고 피드백을 공유하였다.

Table 6. Total class percentage

	Personal color	Beauty m/up	Nail art	Tattoo	Character M/up	Hair
125 times	45(36%)	28(22.4%)	29(23.2%)	15(12%)	7(5.6%)	1(0.8%)

unit: times

Table 7. Class percentage by school

	Personal color	Beauty m/up	Nail art	Tattoo	Character m/up	Hair styling	Total
Elementary	17(35.42%)	4(8.3%)	12(25%)	9(18.75%)	6(12.5%)	0	48
Middle school	10(27.02%)	13(35.13%)	9(24.32%)	4(10.81%)	1(2.7%)	0	37
High school	18(45%)	11(27.5%)	8(20%)	2(5%)	0	1(2.5%)	40
Total	45	28	29	15	7	1	125

3.2.3. 본 연구(2022.10~12.)

본 기간의 프로그램 운영은 초등학교부터 시작하여 중학교, 고등학교 순으로 진행되었다. 사전 준비를 마친 강사들은 해당 수업을 완료하고 회의를 통해 설문지와 학생들의 반응과 특이 점을 나누는 과정을 반복하였고 이를 회의록에 기록하여 공유 하였다. 화장품에 대한 공통교안 내용과 체험활동 가이드라인 은 다음과 같이 구성하였다(Table 8, 9).

초·중·고 별로 교안을 구분하지 않고 강사들이 학습의 분위기 나 이해도를 고려하여 수업을 운영하는 과정에서 두드러진 차이를 파악할 수 있었다. 초등생들의 반응은 즉각적이며 큰 호 응이 있었고, 해당 학습교사가 질서유지와 뒷정리를 지원할 경 우 더욱 원활한 수업진행이 되었다. 학생들은 화장품의 유통기 한 및 보관법과 올바른 세안법과 삼푸방법, 피부 관리법에 관 해 많은 질의응답을 하였다. 또한, 눈썹 관리법과 퍼스널컬러에 대한 관심이 매우 높아, 대부분의 강사들이 초등학생들의 이해 도가 예상보다 높은 편이라는 피드백을 주었다.

중학생들은 여러 경로를 통해 화장품을 구매하여 사용하고 있었고, 자신의 피부 타입에 맞는 화장품 선택 및 여드름과 관 련된 트러블 관리에 대한 관심이 많았으며, 눈썹 정리 및 퍼스 널컬러에 대한 사전 지식을 바탕으로 완성도 높은 메이크업을 경험하기를 희망하였다. 그러나 여중생들은 초등학생들에 비해

대답을 잘 하지 않고 재미있어하다가도 간혹 시큰둥하는 경 우가 있어, 일부 강사들은 중학생과의 대화방식이 낯설고 무엇을 원하는지 알기 어려워 적절한 피드백을 주기 어렵다는 의견을 주었다. 한편 남자 중학생들은 수업의 몰입도가 대부분 높았고, 눈썹 정리와 피부 관리법, 네일아트, 타투에 대한 많은 다양한 질문을 하였다.

고등학교 수업은 초등, 중등과는 달리 주학 및 취업과 관련해서 퍼스널컬러 및 메이크업의 필요성을 인식하는 경우가 많았는데, 학생들의 요구가 명확하여 수업진행이 보다 용이할 거라는 강사들의 사전 예상과 달리 수업의 운영에 다소 어려움 이 발생하였다. 이는 미디어를 통해 연예인 및 인플루언서의 메 이크업이나 스타일을 주로 접해온 고등학생들에게 미용전문가 들의 수업 방식 및 메이크업 스타일은 다소 트렌드와 거리가 있는 데에 기인한 것으로 보인다. 미용 전문가인 강사들은 트 렌드와 최신 기술의 활용에 부합하는 메이크업보다는 강사 자 신의 전문성을 강조하고 미용분야의 진로탐색을 안내하는 경 우가 적지 않았으며, 학생들이 좋아하는 아이돌들의 이름을 몰라 스타일링을 하지 못하는 경우가 자주 발생하였다.

3.4. 자료수집 및 분석

본 연구를 위한 자료 수집은 2022년 8월부터 12월까지 대상

Table 8. Cosmetic education lesson plan

01 화장품의 유형	04 인체세정용 제품류	01 유수분 분량에 따른 피부 타입의 분석	16 화장품의 4대 요건
Category of cosmetic	Body cleanser	Skin type	Conditions

Table 9 Experience education lesson plan

Personal Color	Beauty M/up	Character M/up	Nail Art	Tattoo
<p>6. 퍼스널컬러의 원리는 무엇인가요?</p>	<p>[아이돌 메이크업 (장원영)]</p>	<p>[분장 재료]</p>	<p>[절대일 재료]</p>	<p>타투 역사</p> <p>1. 고대 이집트 2. 고려 후기</p>
<p>5. 색의 3속성과 나의 관계</p>	<p>[아이돌 메이크업 (장원영 아이메이크업)]</p>		<p>1. 도드 아트</p>	<p>타투의 종류</p>

지들의 설문지와 인터뷰를 통해 이루어졌다. 연구 준비 단계부터 본 연구가 완료 될 때까지 전문가 인터뷰, 개별 전화인터뷰, 이메일, 피드백 회의 등을 지속적으로 실시하였고, 매 수업 후 수거한 약 3,000부의 설문지 중에 조사대상자(초등 7학년, 중등 10학년, 고등 5학년과 초등교사 2인, 중등교사 2인, 고등교사 2명, 교육 전문가 3인, 강사 13명)들의 465부의 설문지와 인터뷰 내용을 분석하여 프로그램의 만족도 및 보완점을 파악하였다. 학생들 대상의 설문지는 주로 개방형 서술방식을 사용했고, 참여 프로그램 종류, 화장품 및 미용 교육경험 유무와 종류, 수업을 통해 습득한 정보, 소감 및 재참여 희망여부 등을 질문하였다. 학교 교사들과는 학생들의 수업 전 기대감과 수업 이후 학생들의 피드백을 확인하여 공유하며 수업의 어떤 부분이 학생들에게 유용했는지 보완점은 무엇인지 파악하였다.

모든 수업은 대상자의 학년, 성별, 성향 등을 고려하여 진행하였고, 수업 전후 매회 강사진과 대면 혹은 유선으로 강의 상황과 반응, 특이사항 등을 확인하여 회의록에 기록하였다. 강사들은 피드백 회의에서 수업 운영 방식과 학생들의 경험을 공유하는 방식으로 수업의 만족도와 보완점을 파악하였다.

4. 프로그램 운영결과

4.1. 청소년 화장품 안전사용교육 연구 설계


본 청소년 화장품 안전사용교육은 관·산·학의 협력체계에서 이루어진 프로그램으로 기관 간의 행정적 지원이 대부분 원활하게 이루어졌지만, 3,000여 명이 넘는 다양한 학년별, 권역별 학생들이 정규 수업시간에 참여하는 프로그램이란 측면에서 창의적인 접근보다는 다소 보수적인 입장에서 프로그램 설계를 하였다.

동일한 조건으로 다시 진행하기 어려운 본 프로그램의 특성상, 학교 현장에서 어떠한 문제나 불의의 사고를 미연에 방지하기 위한 것이 우선되었다. 본 프로그램의 운영을 위한 준비과정은 다음과 같다(Table 10).

4.2. 화장품 안전사용교육 프로그램에 대한 학생 만족도

설문지 분석, 강사 및 교사 피드백으로 통해 본 학생의 만족도는 높거나 매우 높은 수준으로 나타났다. 초·중·고 별로 가장 도움되고 재미있었던 화장품 교육 내용에 대해 질문한 결과 공통적으로 세안법과 삼푸법, 자외선 차단제의 필요성, 화장품 유통기한과 사용기한, 피부 트러블 관리에 대한 것이었다는 의견이 많았다. 많은 학생들은 세안 시 물의 적정온도를 알지 못했고, 다양한 세안제의 역할을 구분하지 못하고 있었다. 코로나

Table 10. Research design

	Advance preparation (1month)	Preliminary research (1month)	Action research (3month)
	Direction founding	Lecturer education	Action observation
	Participants selection	Prior education	Supplement point
	Naming	Material preparation	Directionality

시대를 통해 손 씻는 법을 교육해 많은 감염병의 예방효과를 가져왔듯이 세안법은 외모관리 행동교육의 기초가 된다. 학생들은 두피상태와 머릿결에 따른 삼푸 선택 및 삼푸법에 관해서도 많은 질문을 하였다. 이를 위해 반복 학습이 가능한 시청각 교재를 활용하고자 하였으나, 상업적인 광고가 아닌 머리감는 법, 말리는 법, 손질하는 법 등을 다룬 교육용 시청각 교재는 구하기 어려웠다. 올바른 세안과 삼푸, 보습 및 자외선 차단은 개인위생과 청결을 위한 첫 걸음인 만큼 청소년을 위한 시청각 미용 교재 개발 및 가정과 학교에서의 지속적인 교육이 필요하다(Table 11).

학생들의 체험프로그램 만족도를 살펴보자면, 초·중·고를 통틀어 퍼스널 컬러(97%)의 만족도가 매우 높게 나타났다. 수업 진행은 색의 3속성, 색의 온도 감, 톤의 개념, 4계절 색 등 색채 기초이론을 설명하고, 3-5명이 조를 이뤄 직접 진단 천을 만져보며 조별 혹은 셀프 진단을 할 수 있도록 하였다. 색의 구분을 어려워하는 학생들은 강사진들이 진단을 도왔으며, 다양하고 전문적인 천을 대보며 진단해보는 과정 자체가 매우 즐거웠다는 소감이 많았다.

뷰티 메이크업(95%)의 만족도는 매우 높게 나타났다. 피부톤 보정과 윤곽 수정, 눈썹 그리기, 피부에 알맞은 제품 선택 요령 등은 많은 학생들의 관심사였다. 학생들은 잘 다듬어진 눈썹과 피부가 좋은 이미지 형성에 중요한 역할을 한다는 것을 알고 있었고, 연예인을 맹목적으로 추종하기보다는 자신만의 개성과 스타일을 찾고 싶어 하였다.

네일아트(91%)의 만족도는 높게 나타났다. 일반 폴리쉬가 아닌 젤 네일과 팁, LED램프, 브러시, 도트 붓, 스티커 등의 아트재료를 사용하여 점찍기, 선 그리기, 그라데이션 등을 지도하였으며, 학생들이 완성한 네일 팁을 기념으로 가져가도록 하였다. 특히 초등 5, 6학년들과 남자 중학생들에게 인기가 높았는데, 네일 팁에 작업한 젤 폴리쉬가 LED램프에서 경화되는 것

Table 11. Key points in safety use

	Elementary	Middle	High
Key points in safety use of cosmetics	Wash up	Wash up	Wash up / skin type
	Shampoo	Shampoo	Shampoo
	Sun protector	Sun protector	Sun protector
	Expiration date	Skin trouble care	Use-by date

이 재밌고 신기하다는 소감이 많았다.

타투(88%)의 만족도는 다소 높게 나타났다. 타투의 역사, 종류 등에 대한 이론 설명을 진행하고, 일회용 타투액 및 스텐실, 스티커, 타투 글루 등을 이용하여 인체에 샘플 디자인을 그려 보게 하였다. 니들을 이용한 실제 문신과 달리 패션 타투는 안전하게 1회성으로 즐길 수 있는 패션 아이템으로 특히 남학생들에게 인기가 높았다. 다만, 짧은 시간에 가능한 단순한 작업이 반복되다보니 상대적으로 집중력이 일찍 떨어지는 경우가 있었고, 용액과 접착제 등의 뒷정리도 용이하지 않았다.

캐릭터 메이크업(분장)의 만족도는 높게 나타났다. 공연, 영화, 방송, 애니메이션 등에 등장하는 캐릭터를 인체용 물감과 더마왁스나 인조피용액 등의 분장재료를 이용해서 표현하는 수업으로, 상상속의 캐릭터들을 표현해 보는 과정에서 학생들은 성취감이 높아졌고 주위의 많은 관심을 받게 되었다. 하지만, 디지털 환경에서 수준 높은 캐릭터를 즐기는 청소년들의 기대를 부응할 만한 캐릭터 메이크업 강사의 부족으로 7회 실시 후에 신청 수요를 타 과목으로 변경하고 종료하였다(Table 12).

학생들이 밝힌 높은 만족도의 요인은 관심 있는 분야 수업, 강사의 전문성, 좋은 품질의 교구 및 교안 구성 등이 있었지만, 무엇보다 스트레스가 해소되고 재미있었다는 의견이 다수였다. 체험 과목별 만족도는 90%이상 재수강 희망여부를 밝혔는데, 각 과목별 만족도 차이는 유의미하지 않은 것으로 조사되었다. 또한 성별, 학년별 유의미한 차이도 나타나지 않았다.

전반적으로 퍼스널컬러와 메이크업, 네일 과목이 고르게 높은 선호도를 보인 것은 사전 준비 단계에서 예상 프로그램 수요를 파악 후 교육 준비를 한데서 기인한 것을 보인다. 본 연구 준비단계에서 위의 3가지 과목에 대한 수요가 높음을 파악하고 강사 선정부터 수요자 요구 반영에 충실한 교육 프로그램을 설계하고자 하였다(Table 13).

4.3. 교사 의견 조사결과

본 프로그램의 원활한 운영을 위해서는 수요조사 단계부터

교사의 협조가 필수적이었다. 학급 별 정보 제공과 수업을 위한 공간과 기자재 요청 등 찾아가는 수업운영을 위한 교사의 지원은 학생들의 수집중도를 높이는 역할을 하였다.

직접 수업을 참관한 교사들은 그간 학교에서 해결해주지 못했던 화장품 및 미용 교육 프로그램에 학생들이 참여한다는 것에 대한 높은 호응을 보여주었다. 대부분의 20-40대 교사들은 학생들과 함께 체험활동을 했으며, 세안과 보습, 청결한 몸 관리, 자외선 차단, 헤어 염색 등 기본적인 외모관리행동에 대한 지속적인 교육이 필요하다는 의견을 주었다. 학교라는 공동체 안에서 건강과 위생관리는 필수적이며 학우들 간의 관계를 위해 단정하고 깨끗한 이미지를 연출하는 것은 자아 존중감의 향상과도 연결된다는 관점은 본 프로그램의 운영 목적과도 부합하였다.

퍼스널컬러, 뷰티메이크업, 네일아트, 화장품 교육을 참관했던 6명의 교사들을 인터뷰한 내용을 표로 정리하였는데, 일부 교사들은 미용 관련 교육 프로그램이 진행된다는 것에 대해 무관심하였으나, 학생들의 호응을 보며 수업의 목표와 방향성을 이해한 후에 매우 긍정적인 반응을 느꼈다고 하였다. 학교현장에서 많은 학생들을 지도하기 위해서는 교사들 자신도 자아 존중감을 느낄 수 있는 기회와 교육이 제공되어야 할 것이라는 의견이 많았다(Table 14).

4.4. 강사 의견 조사결과

강사들은 본 프로그램이 시작되기 전 예비조사 단계에서 화장품 안전사용 교육과 함께 모든 모의 체험 수업을 진행하며 교안의 구성 및 수업의 난이도 등을 조율하였다(Table 15).

연구 준비 단계부터 본 연구를 완료한 강사들은 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 청소년 대상의 화장품 안전사용교육은 생활에 유익한 화장품 정보와 재미있는 체험활동을 동시에 경험하는 방향으로 설계 운영하다 보니, 대부분의 학생들이 수업의 흥미와 만족도를 높게 느끼는 결과가 나타났다고 보았다.

둘째, 학생들의 높은 만족도는 눈높이에 맞는 과목선정과 지

Table 12. Class satisfaction

Program	Personal color	Beauty m/up	Nail art	Tattoo	Character m/up
Satisfaction	97%	95%	91%	89%	92%

Table 13. Class images

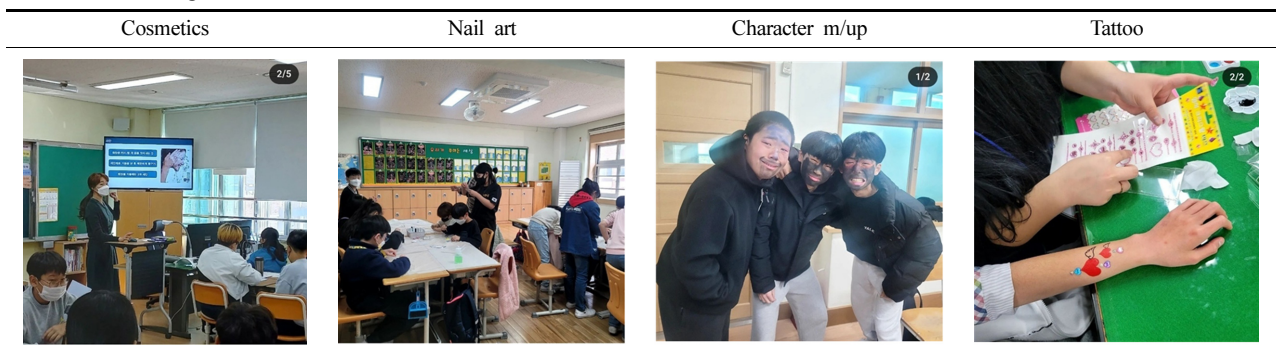


Table 14. teachers' interview

Teacher	Class	Reviews	Practical use & effect
A	Personal color	Basic color theory hair coloring & fashion	Pursuing personality
B	Make-up	Correction of skin tone, skin type & eye brow	Artistic sense sense of beauty
C	Nail art	Drawing skills, color sense	Hobby, careful attitude
D	Cosmetics	Wash-up, shampooing, sun care, cosmetic storage	Personal health knowledge of cosmetic
E	Tattoo	Stencil directions tattoo & fashion tattoo	Self-esteem, relieve stress
F	Character m / up	Development of makeup technic, exciting and attractive	Creative & design thinking relieve stress

Table 15. Class preparation images of instructors



루하지 않은 수업진행, 전문적인 교안이 주된 요인이었음에도 불구하고, 교구 설계에 있어서는 다소 미비한 점도 도출되었다고 하였다. 미용 전문용품으로 교구 구성을 위해 많은 비용과 공을 들였으나, 파손이나 분실의 가능성이 있는 학교현장에서 사용이 부담스러워 체험 활동에 오히려 제약이 되는 경우도 있었다고 하였다.

셋째, 본 교육 전에 총 7회의 사전 교사교육을 통해 교수법, 학생들의 특성 및 소통방법 등을 익힌 것이 프로그램 운영에 매우 도움이 되었으며, 주 강사 1인과 보조강사 1인이 한 개 학급 단위로 교육을 진행하며 학생들의 다양한 질문이나 체험 활동에 역할 분담을 할 수 있었던 것이 상당히 효과적이었다고 하였다.

넷째, 미래 미용교육의 대상자인 청소년들에게 화장품과 관련된 지식전달과 체험 수업을 진행하며, 학생들이 궁금해 하는 내용들이 어떤 것인지 알게 되어 향후 미용 콘텐츠 설계에 많은 도움이 될 것이라는 데에도 의견을 모았다.

다섯째, 디지털 미디어 환경에서 성장해온 청소년들이 생각하는 미용은 무엇보다 즐겁고 유연하고 트렌드에 민감한 반면, 미용전문가들은 장기간 연마해 온 기술위주의 관점을 지니고 있다 보니, 미용 분야에 대한 세대 간 인식 차이가 적지 않음을 느끼게 되었다고 하였다.

5. 결 론

본 연구는 광주광역시에서 시행된 '청소년 화장품안전사용교육' 프로그램의 만족도 및 보완점을 분석하여 향후 보다 효과적인 청소년 대상의 화장품 및 미용교육 프로그램 설계를 위한 기초자료로 제안하고자 하였다.

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 본 연구 참여자들은 화장품교육 프로그램을 통해 화장품의 종류 및 유형, 화장품의 유통기한과 사용기간, 세안제와 피부타입, 세안방법, 샴푸 방법, 두피 관리, 자외선 차단제의 역할과 필요성, 피부 트러블 관리, 자신의 피부 타입 등에 대한 지식과 정보를 얻었고, 자신을 관리하는 데 필수적이고 생활에 도움이 되는 내용을 학습하게 되었다고 하였다.

둘째, 본 연구 참여자들은 미용교육 체험프로그램을 통해 눈썹 다듬기와 눈썹 모양 잡기, 얼굴윤곽 수정, 피부 홍조 보완, 색조 메이크업, 자신의 퍼스널컬러, 네일 아트, 캐릭터 메이크업, 타투에 관한 지식 등에 대한 지식과 정보를 얻었다고 하였다. 무엇보다 다양한 체험 수업이 즐거웠고 자신의 긍정적인 이미지를 가지고 자존감을 향상시키는 데 많은 도움이 될 거라고 하였다.

셋째, 사전 조사를 통해 학생들의 눈높이에 맞는 과목선정과 학급 별 상황을 고려한 미용 전문가의 맞춤형 교육이 높은 프로그램 만족도의 원인이 되었으며, 양질의 교구 및 학생들의 눈높이에 맞는 교안을 통해 평소 경험해보지 못했던 활동을 한 것이 매우 즐거웠다고 하였다. 향후 초·중·고 대상의 미용 교육 프로그램을 위한 교구 및 시청각 교재의 개발이 필요한 것으로 나타났다.

넷째, 미래 미용교육 프로그램 개발을 위해 보다 질 높은 강사 양성이 필요할 것으로 보인다. 특히 디지털 노마드 세대인 청소년들을 위한 온라인 플랫폼, 모바일 앱을 활용한 교구를 도입하여 청소년 문화와 관련된 인기 미용 스타일을 교육 내용에 통합시켜간다면 효과적일 것이다.

다섯째, 청소년 대상의 새로운 미용교육 방법을 다양화시킬 필요가 있다. 다양한 교수법을 활용한 강의 뿐 만 아니라 워크숍, 현장 방문, 온라인 코스 활용 등 기성세대 전문가들이 다양한 교육 방법을 활용한다면, 참여적이고 상호작용적인 학습

방식을 선호하는 청소년들에게 바람직한 가이드가 될 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 프로그램을 진행하는 과정에서 전체 학교들 간의 일정 조율을 담당해야 하는 행정인력이 부재했고, 귀중한 데이터를 수집하여 활용할 수 있는 온라인 도구가 없었던 것이 아쉬웠다. 앞으로 한정된 공간에서만 이루어지는 교육 프로그램은 시대적 요구에 부응할 수 없다. 아무리 많은 전문가들이 모인다 하더라도 시스템의 뒷받침이 되지 않는다면, 지속가능한 발전을 기대하기 어렵다.

둘째, 정해진 일정과 한정된 예산으로 인해 다양한 교구와 시청각 교재의 개발을 하지 못했다. 교재개발을 위해서는 정확한 교육 수요와 목표가 있어야 하므로 향후 후속 연구에서 논의될 필요가 있다. 본 연구가 학령인구 절벽 시대에 새로운 미용 교육 수요를 창출할 수 있는 미약하지만 유용한 기초자료가 되길 기대해본다.

감사의 글

이 논문은 2022년도 남부대학교 학술연구비의 지원을 받아 연구되었음.

References

- 「Basic Youth Act」 (2014). Article 1 Section 3. Retrieved February 20, 2024 from <https://www.law.go.kr/lsSc.do?section=&menuId=1&subMenuId=15&tabMenuId=81&eventGubun=060101&query=%EC%B2%AD%EC%86%8C%EB%85%84+%EA%B8%B0%EB%B3%B8%EB%B2%95#undefined>
- 「Cosmetics Act」 (2022). Article 2 Section 1. Retrieved February 20, 2024, from <https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=234911&efYd=20220218#0000>
- Jang, S. M., & Kim, J. D., (2014). A study on the use realities and purchasing behaviors of cosmetics in adolescents. *Journal of the Society of Cosmetic Scientists of Korea*, 40(1), 55-88. doi:10.15230/SCSK.2014.40.1.55
- Jeon, M. J., & Yoon, C. S., (2018). A study on the perception and satisfaction of middle school students' free-semester beauty education. *The Korean Society of Beauty and Art*, 19(2), 23-34 doi:10.18693/jksba.2018.19.2.23
- Kang, M. S. & Kim, H. M. (2023). An action research project on the school-integrated arts education programs to improve self-esteem in adolescents - Focusing on the Travel (Happy Here) project-. *Korean Journal of Culture and Arts Education Studies*, 18(1), 39-71. doi: 10.15815/kjcases.2023.18.1.39.
- Kang, H. M., & Jung, Y. J. (2017). The development of a cosmetic educational convergence program for free-semester system. *Journal of the Korea Convergence Society*, 8(3), 283-294.
- Kim, J. S., & Jin, H. J. (2017). Relationships between cosmetics use and family cohesion and adaptation to school life in the upper grade elementary school girl. *The Journal of Korea Elementary Education*, 28(4), 303-314. doi:10.20972/kjee.28.4.201712.303
- Kim, J. Y. & Lee I. H. (2014). A survey of the awareness and preference of self beauty education for female high school students, *Journal of Investigative Cosmetology*, 10(2), 145-152.
- Kim, M. K., & Kim, J. D. (2019). A study on improvement of beauty education based on analysis of beauty practices of adolescents. *Korea Society of Cosmetics and Cosmetology*, 9(1), 33-48.
- Kim, M. H., & Cho, E. J. (2018). A study on the factors affecting self-esteem of middle and high school students participating in after-school beauty education program. *The Korean Society Of Beauty And Art*, 19(4), 69-79. doi: 10.18693/jksba.2018.19.4.69
- Kim, N. J. (2019). A study on high school students' recognition on the cosmetics component labeling system, *Journal of Beauty Art Management*, 13(3), 69-90. doi:10.22649/IBAM.2019.13.3.69
- Kim, S. K., & Han, C. J. (2010). Influences of perceptions of the full ingredient labeling of cosmetic products on the purchase intentions of environment-friendly cosmetic products - With a focus on the theory of planned behavior. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 8(4), 337-352.
- Lee, H. J., & Oh, H. S. (2018). A study on the makeup information and utilization of elementary students online and offline, *Korea Society of Basic Design & Art*, 20(1), 357-368. doi:10.47294/KSBDA.20.1.28
- Lee, H. J., & Oh, I. Y. (2010). The use of cosmetics in High School Girls divided and grouped according to interest in make-up and make-up behavior. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16(2), 495-504.
- Lee, K. H., & Jung, Y. J. (2014). The effect of appearance in elementary school students and their appearance satisfaction upon purchasing cosmetic products - based on the survey of fifth and sixth grade girl students. *Journal of the Korea Soc. Beauty and Art*, 15(4), 35-51.
- Lee, M. S., (2013). The effects of appearance Instrumentality on adolescents' body satisfaction and appearance management behaviors - Focusing on the comparative analysis by adolescents' sex. *Human Journal of Human Ecology*, 22(1), 75-88.
- Lee Y. J., & Chung, C. J. (2009). Relationship among appearance satisfaction, appearance behavior and school-related adjustment of elementary school children. *Journal of Korean Practical Arts Education Research*, 15(4), 85-104. doi: 10.17055/jpaer.2009.15.4.85
- Oh, S. H., & Nah, K. (2019). Beauty education of University considering the characteristics of generation Z. *Journal of the Korea Convergence Society*, 10(9), 153-159.
- Park, H. W., Kim, M. J., & Shin, C. Y. (2023). A study on the application of PBL education-centered design classes. *Journal of Communication Design*, 82, 52-61.
- Park, J. H. (2019). Integrating a University cooperative within a tertiary education course. *Korea Society of Consumer Policy and Education*, 15(4), 145-174. doi:10.15790/cope.2019.15.4.145
- Park, S. I. & Choi, M. O. (2016). Awareness of the full ingredients labeling system of cosmetics according to the degree of interest in cosmetics: case in the female college in Kwangju. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 22(6) 1188-1195.
- Seo, J. Y., & Yun, J. M. Yun, (2015), A study on the parent participation programs for "A" parent cooperative child-care center using an action research design, *Journal of Parent Education*, 7(4), 185-203.
- Song, E. J., Kim, J. H., & Na, M. S. (2013). Effects of aesthetic sense, interest in appearance and appearance management on stress in High School students - Gwangju and Jeonnam Province. *Journal*

- of *Investigative Cosmetology*, 9(2), 149-156.
- Yang, J. W. (2014). A Study on the satisfaction about the after-school beauty program in Middle School, *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 12(6), 929-938.
- Yoo, E. S. & Na. Y. Y. (2023). The moderating effect of confidence in appearance in the relationship between expected value of appearance management and beauty management behavior of College Students, *The Korean Fashion and Textile Research Journal*, 25(3), 358-365. doi:10.5805/SFTI.2023.25.3.358
- Wee, E. H., (2015). A study on differences in body comparison, body satisfaction, and appearance management behaviors according to socialcultural attitudes toward appearance among adolescents in Gwangju and Jeonnam province- by sex and age. *Journal of Home Economics Education Research*, 27(1), 13-29.

(Received December 11, 2023; 1st Revised January 8, 2024;
2nd Revised February 9, 2024; 3rd Revised February 20, 2024;
Accepted February 26, 2024)