

심리적 안녕감에 따른 네일관리행동 연구 - 판매 서비스직 여성을 중심으로 -

배 선 영 · 박 길 순[†]
충남대학교 생활과학대학 의류학과

A Study on Nail Management Behavior Based on Psychological Wellness - Focusing on Women Engaged in Sales and Services -

Sun-Young Bae and Kil-Soon Park[†]
Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University
(2011. 7. 27. 접수일 : 2011. 8. 29. 수정완료일 : 2011. 12. 5. 게재확정일)

Abstract

The purpose of this study lies in identifying the psychological state of working women engaged in sales and services and seeing how it is correlated to their nail management behavior. Also, the study aims to look into the relationship that exists between these two factors and provide information to help women live and work better with higher self-satisfaction. As for the research process, 210 women aged 20 to 30 engaging in sales and services of clothing, financing, and cosmetics sales were asked to fill out questionnaires. Survey results indicate that women who received college education and beyond as well as those working in the cosmetics sales area were exceptional in their psychological wellbeing. In addition, women with higher income, especially those who work in the cosmetics sales field and are not yet married participated in nail management behavior with the most enthusiasm. Therefore as for the relationship between psychological wellbeing and nail management behavior, it can be said that the better one's psychological wellbeing is, the more one is likely to strive for uniqueness in managing nails.

Key words: psychological wellness(심리적 안녕감), nail management behavior(네일관리행동), sales and service (판매 서비스직).

I. 서 론

현대의 여성들은 활발한 사회참여 활동을 통해 자신의 정체감을 개발하기 위한 욕구를 실현하고자 한다.¹⁾ 그러나 급속히 변화하는 문화와 사회적 경쟁의 혼돈 속에서 여성들은 신체적·정신적·사회적인 위기상황에 직면하게 되어 사회경제활동에

서 그들이 느끼는 상실감과 스트레스 또한 매우 크다 할 수 있겠다. 이로 인해 최근 사회활동으로 인한 정신적 위기상황을 잘 극복하고 생활의 질적 만족을 얻기 위해 여성들의 건강과 미(美)에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있다.²⁾ 이처럼 현대사회의 여성들은 개성과 장점을 잘 살릴 수 있는 외모, 건강과 미용을 위한 운동, 철저한 자기관리를 통해 활력 넘치는 삶을 추구한다.

[†] 교신저자 E-mail : kspark@cnu.ac.kr

1) W. H. Cooper, "Ubiquitous Halo," *Psychological Bulletin* 90 (London, 1981), pp. 218-244.

수세기를 걸쳐 여성들의 아름다움에 대한 열망과 외모만족에 대한 욕구는 본능에서 기인한다. Cash와 Purzinsky³⁾에 의하면 현대에는 상대의 외모를 통해 그의 내면과 특질을 평가하는 경향이 더욱 두드러지며, 외모는 자신을 외부로 표현하는 중요한 요소로 외모 중심의 사회에서 더욱 중요시되고 있다. 또한 Synnott⁴⁾은 실제 수려한 외모를 가진 여성들이 더 좋은 조건의 남자를 만나 신분의 상향이동을 할 수 있는 기회가 많으며, 동료들로부터 인기를 얻을 수 있고, 법정 처벌을 덜 받을 뿐만 아니라 타인의 도움을 더 많이 받을 수 있다고 하였다. 이는 현대사회에서 외모의 중요도와 외모가 사회경쟁력에 미치는 영향에 관하여 재고하게 한다.

대부분의 사람들은 사회가 추구하는 이상적 외모에 대한 기준을 자신의 외모 가꾸기에 반영하며, 사회적 활동과 관계 속에서 타인과의 비교를 통해 자신의 존재의미를 발견한다.⁵⁾ 이에 여성들 또한 사회적 지지를 얻기 위해 자신의 신체적 결점과 외모 콤플렉스를 극복하고자 하며, 그러한 극복은 외모관리를 통해서 가능하게 하는 것이다.

외모관리에 대해 Lennon⁶⁾은 삶의 만족감을 얻기 위해 이상적인 외모를 창조하고 이상적인 외모에 접근하기 위하여 의복이나 화장, 피부관리, 헤어등과 같은 외모관리행동이 동기화되어 구체적인 행동을 이끌어내게 된다고 하였다. 그리고 공영길⁷⁾은 외모만족도와 사회적 지지가 높을수록 심리적 안녕감이 높아진다고 하였다. 여기서 외모관리가 심

리적 안녕감에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

심리적 안녕감은 한 개인이 느끼는 인생 전반 혹은 인생 전체에 대한 행복이나 만족 정도를 의미하는 것으로, 현재의 삶에서 어떤 측면을 강조하느냐에 따라 만족도는 달라질 수 있다. 특히 김왕배⁸⁾에 의하면 한국인은 삶의 질에서 직장생활에 대한 만족이 삶의 질에 가장 많은 영향을 준다고 하였다.

그러므로 여성들의 사회적 지위가 빠르게 향상되고 있는 현대 사회⁹⁾에 있어 직장여성의 심리적 안녕감과 외모관리행동과의 관계를 살펴보는 것은 현대 여성들의 질적 삶을 향상시킬 수 있는 구체적인 방법의 모색이며, 효과적인 미적 이미지 향상 추구에 매우 중요한 역할을 할 것이므로 이를 구체적으로 살펴보는 것은 매우 의미 있는 일이라 여겨진다. 특히 외모 중에서 타인에게 보여지는 손은 얼굴과 마찬가지로 노출이 많은 부위로서 대인관계 시 형태적 특성에 따라 각각 다른 인상을 심어준다. 또한 무언의 언어로 자기표현의 수단으로 사용되기도 한다.¹⁰⁾ 그러나 많은 외모관리행동 중 심리적 변인과 네일관리행동과의 관계를 체계적으로 살펴본 연구는 거의 없는 실정이므로 이에 관한 연구의 필요성이 제기된다.

따라서 본 연구에서는 직장생활에서 대인관계가 가장 빈번하게 이루어지기 때문에 외모가 매우 중요시되며, 네일관리행동을 가장 많이 실시하는 20~30대 판매서비스직 여성들¹¹⁾ 대상으로 하여 심리적 안녕감과 네일관리행동에 대해 알아보고, 이들 간

2) “웰빙... 삶의 질을 높인다.” *한국경제신문* (2004년 3월 23일 [2011년 3월 7일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2004032345051&intype=1>

3) T. F. Cash and T. Purzinsky, *Body Images: Development, Deviance and Change*, (N.Y, 1990), pp. 455-460, 재인용, 백인선, “직장인의 외모관리에 대한 사회비교가 외모정보활용 외모관리 및 패션상품구매에 미치는 영향” (중앙대학교 대학원 박사학위논문, 2007), p. 42.

4) A. Synnott, “Truth and Goodness, Mirrors and Mask,” *British Journal of Sociology* Vol. 41 (1990), pp. 55-76.

5) 백인선, “직장인의 외모관리에 대한 사회비교가 외모정보활용 외모관리 및 패션상품구매에 미치는 영향” (중앙대학교 대학원 박사학위논문, 2007), p. 2.

6) S. J. Lennon and N. A. Rudd, “Linkage between Attitude toward Gender Roles, Body Satisfaction Self-esteem and Appearance Management Behaviors in Women,” *Journal of Consumer Research* Vol. 23 (2000), pp. 94-117.

7) 공영길, “외모만족도와 사회적 지지가 심리적 안녕감에 미치는 효과: 거부민감성의 매개효과” (한양대학교 대학원 석사학위논문, 2009), pp. 19-21.

8) 김왕배, *자본주의 도시와 근대성*, (서울: 한울아카데미, 1995), p. 115.

9) 김영옥, *공기업 여성 고용구조와 인력관리의 현황 및 과제*, (서울: 한국여성정책연구원, 1997), p. 228.

10) 이경례, “자아유형과 스트레스가 손톱관리 행태에 미치는 영향” (원광대학교 보건대학원 석사학위논문, 2005), p. 1.

11) 임유미, “네일 서비스 구매행동과 선호도에 관한 연구” (서경대학교 대학원 석사학위논문, 2010).

의 관계를 규명하는 것은 여성들의 삶의 질을 향상 시키는데 많은 도움을 줄 것으로 기대하며, 더 나아가서는 네일관리효능의 확장을 통하여 네일서비스산업의 전략 수립에 있어 심리적 효과를 적극적으로 고려할 수 있는 기초자료를 제공할 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 네일관리행동

현대 사회는 긍정적 이미지의 부각을 위해 외모 관리에 많은 관심을 보이고 있는데, 특히 여성들은 남성들에 비해 이상적인 이미지로 변화하고자 하는 욕구가 더 강하며, 현대에 들어 여성들의 사회적 지위가 향상됨에 따라 대인관계의 빈도가 높아져 자신의 외모를 관리하기 위해 더욱 노력하게 되었다.

수세기에 걸쳐 여성들은 다양한 방법으로 신체 전반에 걸쳐 외모 가꾸기에 꾸준히 노력해왔다. 여성들이 아름다움을 추구하는 방법은 매우 다양하지만 대표적으로 복식 이외의 미용이라는 방법을 사용하여 신체부위의 결점을 더욱 보완하고자 하며, 아름다움은 더욱 적극적으로 표현하고자 노력한다. 미용이란 용도에 물리적, 화학적 기교를 행하는 것을 의미하며, 미용은 과학적인 토대 위에 얼굴, 머리카락, 피부, 손톱, 발톱 등에 화장품과 손질을 통해 상태를 개선시키는 것과 아름답게 꾸미는 예술이다.¹²⁾ 최근에 이르러 다양한 외모관리 방법 중 건강과 아름다움에 관한 사회적 관심의 증대로 주목받고 있는 미용 관련 서비스업의 한 분야는 손·발톱 미용이라 할 수 있다.¹³⁾

이러한 네일관리의 문화·사회적 변화 현상은 잘 가꾸진 전략적 이미지가 경쟁력인 현대사회에서 많은 여성들에게 적극적인 네일관리행동을 행하게 하는 동기가 되고 있다.

그러므로 타인에게 보여지는 신체에 있어 손의 부위는 얼굴과 마찬가지로 노출이 많은 부위로써

타인들과의 대인관계에 있어 자연스럽게 관심의 초점이 되고 그 형태적 특성에 따라 각각 다른 인상을 심어 주게 되므로 네일관리는 여성들에게 손과 손톱을 관리하고 장식한다는 외모 가꾸기 수단으로 사용될 뿐만 아니라 사회적 도구로써 자기표현의 수단으로 언어를 대신하여 사용하기도 한다.¹⁴⁾

이처럼 네일관리가 신분과시기와 부귀와 권세 등을 위해 사회적 도구로 사용되었음은 네일관리의 역사와 문화를 통해서도 잘 알 수 있다. 네일관리는 고대 이집트에서 유래하였으며, 네일의 색깔이 신분을 나타내는 중요한 기준으로 여겨져 헤나(henna)라는 식물에서 적색과 황색을 추출하여 왕족은 짙은 색으로 평민은 옅은 색으로 칠했다고 전해진다. 피라미드의 벽화와 미이라의 네일에서도 색을 칠하거나 태양신께 바치는 제사에도 사용하였다는 사실이 증명되었다. 또한 중국에서도 특권층의 신분을 드러내기 위하여 입술 연지를 만드는 ‘홍화’를 통해 네일관리를 시작하였으며, 시대별로 다양한 색상의 용액을 만들어 사용하였다. 특히 기원전 600년 중국의 귀족들은 금색과 은색을 즐겼고, 명나라 시대의 귀족들은 그 화려한 문화에 맞는 검정과 빨간색으로 손톱을 장식하여 상류층의 신분 과시와 미적 쾌락을 추구하였다.

이와 같이 과거의 네일관리가 문화적인 측면에서 아름다움과 위엄, 계급의 표시와 같은 의미를 내포하는 행위였다면, 현대의 네일관리는 외형적인 아름다움을 추구하는 행위일 뿐만 아니라 손, 발톱을 관리하고 보호, 장식, 조화, 치료하기 위한 행위로 포괄적인 의미를 내포하게 되었다. 즉, 네일은 단순히 미적 개념에만 국한되지 않고, 타인과 비교, 구분되는 차별을 두면서 자신의 우월감과 자신의 과시로 표출하는 행위로 진화되었다고 볼 수 있다.¹⁵⁾

현대사회에서는 자신의 이미지를 타인에게 좀더 확실히 각인시키고 타인에게 자신의 외모를 과시적으로 표현하는 하나의 수단으로 네일관리가 많은 주목을 받고 있으며, 더 나아가 개성 표현 행

12) 편수명, “네일관리 고객의 성향과 네일아트 선호도 분석연구” (조선대학교 대학원 석사학위논문, 2008), p. 1.

13) 최은혜, “통계청, 미용실 서비스업 성장 둔화,” 뷰티신문수, 2011년 1월 12일, 2면.

14) 이영순, *네일관리학*, (서울: 고문사, 2000), pp. 10-11.

15) 임유미, *op. cit.*, p. 1.

위의 전시수단 차원을 넘어 기분전환, 자아관리와 관련하여 미적추구를 통한 자기만족의 중요한 수단인 동시에 이상적 이미지로의 변화와 연출 시에도 중요한 요소¹⁶⁾가 되고 있다.

서희정¹⁷⁾은 성인 여성을 대상으로 하여 네일컬러 선호도에 따른 심리상태에 대해 살펴보았는데, 외모 관심도가 높을수록 네일컬러의 변화를 다양하게 추구하고 있으며, 심리상태가 불안하고, 우울할 때 네일컬러선호도가 급격히 저하됨을 알 수 있었다. 이재화¹⁸⁾는 20~50대 직장여성을 대상으로 하여 네일 시술이 직장여성의 직무 및 가사 스트레스 경감에 미치는 영향을 살펴보고 네일관리가 여성들의 스트레스 경감과 기분전환에 매우 큰 영향을 미치고 있음을 보고한 바 있다.

이상의 선행 연구에서 살펴본 바와 같이 네일관리행동은 손·발을 아름답게 보이기 위한 장식행동일 뿐만 아니라 사회심리학적인 관점에서 스트레스 경감과 기분전환 및 우울감 해소에 영향을 주는 것을 알 수 있으므로 심리적 안녕감과 네일관리행동과의 관련성을 살펴보는 것은 의미있는 일이라 여겨진다.

2. 심리적 안녕감

모든 인간은 행복한 삶을 추구하므로 전 생애에 걸쳐 삶의 질을 향상시키기 위해 끊임없이 노력한다. 세계적으로 전쟁과 경제 대공황을 겪었던 1960년대 이전에는 주로 삶의 경제적인 또는 물질적인 측면만을 고려하였다. 그러나 건강, 재정, 가족 관

계, 주택, 생활의 동반자, 직업, 교우관계, 여가활동, 종교, 교통, 교육, 자아존중감 등의 광범위한 인간 활동의 영역에서 충족감이 증가하기 시작한 1960년대 이후부터는 삶의 만족감과 삶의 질을 향상을 적극적으로 추구하여, 이로 인해 심리적 안녕감이 향상되었다.¹⁹⁾

삶의 질에 대한 연구는 1980년대에 들어서면서 사람의 질을 주관적인 측면에서 정의하려는 입장이 주류를 이루게 되었는데, 예를 들면 사람의 질을 다양한 생활측면에서 느끼는 안녕감 또는 행복감으로 정의한다든지,²⁰⁾ 삶의 질을 현재 처해 있는 상황 속에서 사람들이 경험하는 안녕감과 만족감으로 정의하기도 하였다.²¹⁾ BerZonsky는 개인의 안녕감 수준과 자아수용도는 밀접한 연관성이 있는데, 여기에서 만족도를 결정하는 주관적인 요소의 역할을 감당하는 것 중의 하나가 개인의 자아수용도라고 하였다. 이것은 개인이 어떠한 상황과 밀접하게 관계할 때 뚜렷한 자아를 형성하며, 이렇게 형성된 자아는 개인의 안녕감의 수준을 결정할 수 있다고 보고하고 있다. 그러므로 자아수용도가 높은 사람일수록 자기표현을 잘 하고 자기개념도 강하다.²²⁾

마호니 & 핀치(Mahoney & Finch)²³⁾의 신체만족도와 자아존중감과 상관계수에 관한 연구는 신체만족도가 높은 사람들은 자아존중감이 높을 뿐만 아니라 심리적 안녕감에서도 높은 점수를 나타냈다는 연구결과를 통해 자아의 수용 정도가 신체만족도와 심리적 안녕감과 매우 밀접한 관련성이

16) 이정순, “네일 관리에 대한 반응경향성 및 그 효과에 관한 연구” (건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2006), p. 2.

17) 서희정, “여성들의 네일컬러 선호도와 심리상태와의 관련성” (조선대학교 산업대학원 석사학위논문, 2009), pp. 28-57.

18) 이재화, “네일시술이 직장여성의 직무 및 가사 스트레스 경감에 미치는 효과” (조선대학교 산업대학원 석사학위논문, 2010), pp. 32-47.

19) 김현미, “성별에 따른 자아해석 양식과 심리적 안녕감의 관계” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2004), pp. 1-2.

20) R. J. Szala, *Popular Participation, Employment and the Fulfilment of Basic Needs International* (London: Labour Review, 1979), pp. 1-21.

21) K. S. Lehman, “Organized Interests and American Democracy” (Doctoral Dissertation Boston College, 1983), pp. 58-59.

22) M. D. Berzonsky, Identity Satatus, Self-presentation, and Self-conceptions. *Paper Presented at the Biennial Meeting of the Society for Reserarch in Child Development*, Baltimore, MD. (1987) Vol. 23, No. 6, p. 21, 재인용, 이상구, 강효민, “직장인의 여가활동 유형과 자아정체감 및 주관적 안녕감의 관계,” *한국스포츠사회학회지* 7권 (1997), p. 73.

있음을 알게 한다.

심리적 안녕감은 한 개인이 느끼는 인생 전반 혹은 인생 전체에 대한 행복이나 만족 정도를 의미한다. 또한 현재의 삶에서 어떤 측면을 강조하느냐에 따라 삶의 만족도는 달라질 수 있으므로 삶의 질을 주관적인 평가를 통해서만 측정한다면 개개인이 경험하는 삶의 질은 직접적으로 평가하지 못한다는 측정의 한계가 지적되어 많은 심리학자들은 개개인이 자신의 삶을 어떻게 평가하는지 또는 자신의 삶에 얼마나 만족하는지에 관한 연구를 시작하였다.

그로 인해 Ryff²⁴⁾는 Maslow의 자아실현, Rogerse의 완전히 가능한 개인, Jung의 개성화, Allport의 성숙개념, Erikson의 발달정신분석-사회 스테이지 모델, Buhler & Massarik의 기본적 삶의 경향성과 이행성, 그리고 Neugarten의 성격 변화 그리고 Jahoda의 긍정적 정신-건강의 영역 등의 심리학적 이론들을 기초로 하여 개인의 삶의 질을 측정할 수 있는 6개 하위차원으로 구성된 척도를 개발하였고, 이 척도가 측정하는 삶의 질을 심리적 안녕감이라고 하였다.²⁵⁾ Ryff²⁶⁾는 심리적 안녕감은 삶의 질을 측정하기 위하여 이루어진 연구들 즉, 객관적 지표를 이용하는 연구들이나 주관적 안녕감을 이용하는 연구들의 한계를 극복하고자 하였으며, 이는 자아수용, 긍정적 대인관계, 자율성, 환경에 대한 지배력, 삶의 목적, 개인의 성장을 통해 자기를 있는 그대로 수용하고, 긍정적인 대인관계를 유지하며, 자신의 잠재력을 실현시켜 심리적 안녕감을 높일 수 있다고 하였다.

Ryff의 6개 차원은 다양한 연구들을 통해 심리적 안녕감에 많은 영향을 미치는 요인이라는 것이 입증되었다.²⁷⁾ 특히 김명소 등²⁸⁾은 Ryff가 제안한 6가지 차원의 모델이 우리나라 20~60대 성인에게도 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 송진영²⁹⁾ 또한 중년 남성을 대상으로 하여 이 6가지 차원이 다중역할 몰입과 자기효능감에 영향을 미치고 있음을 보고 하였으며, 또한 황진숙과 김윤희³⁰⁾의 남·녀 대학생의 신체이미지와 심리적 안녕감과 외모관리행동에 대해 살펴본 연구에서도 외모에 관심이 없어 외모관리행동을 실시하지 않는 집단에 비해 외모에 관심이 많은 집단이 심리적 안녕감이 높게 나타났다. 이처럼 많은 외모관리행동에 관한 선행 연구들은 심리적 안녕감이 외모관리행동과 신체이미지에 영향을 미치고 있음을 밝히고 있다.

그러므로 자아의 인식 정도에 따라 심리적 안녕감이 달라지며, 또한 자아의 인식 정도와 심리적 안녕감은 신체만족감과 외모관리행동과도 매우 밀접한 관련을 갖고 있음을 알 수 있었다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구문제

본 연구에서는 20~39세의 판매서비스직 여성들의 심리적 안녕감이 네일관리행동에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 판매서비스직 여성들의 심리적 안녕감과 네일관리행동에 대해 알아본다.

23) E. R. Mahoney and M. D. Finch, "The Dimensionality of Body Cathexis," *Journal of Psychology* Vol. 92, (1976), pp. 277-270, 재인용, 광연식, "남자 중·고등학생의 외모만족도에 따른 외모관리 행동 및 인식에 대한 연구" (경희대학교 대학원 석사학위논문 재인용, 2009), pp. 9-10.

24) C. D. Ryff, "Happiness is Everything, or is It Explorations on the Meaning of Psychological Well-being," *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 57 (1989), pp. 1069-1081.

25) 송진영, "중년남성의 다중역할 몰입, 자기효능감 및 심리적 안녕감 간의 구조모형 분석" (서울기독교 대학원 박사학위논문, 2009), p. 20.

26) C. D. Ryff, op. cit., pp. 1069-1081.

27) C. D. Ryff, op. cit., pp. 1069-1081, 재인용, 김경순, "대학생의 심리적 안녕감 증진을 위한 프로그램 개발과 적용" (경성대학교 대학원 박사학위논문, 2006), pp. 105-120.

28) 김명소, 김혜원, 차경호, "심리적 안녕감의 구성개념 분석: 한국 성인 남녀를 대상으로," *한국심리학회지* 15권 2호 (2001), pp. 19-39.

29) 송진영, op. cit. pp. 51-87.

30) 황진숙, 김윤희, "외모관리행동에 따른 신체이미지 및 심리적 안녕감," *복식문화연구* 56권 3호 (2006), pp. 143-155.

둘째, 판매서비스직 여성들의 일반적 특성(연령, 학력, 직업, 결혼 상태, 가정 총소득)에 따른 심리적 안녕감의 차이를 알아본다.

셋째, 판매서비스직 여성들의 일반적 특성(연령, 학력, 직업, 결혼 상태, 가정 총소득)에 따른 네일관리행동의 차이를 알아본다.

넷째, 판매서비스직 여성들의 심리적 안녕감과 네일관리행동과의 관계를 알아본다.

2. 측정도구

본 연구에 사용된 측정도구는 일반적 특성, 심리적 안녕감, 네일관리행동으로 구성되었으며, 각 문항은 ‘매우 그렇지 않다’(1점), ‘매우 그렇다’(5점)의 5점 Likert 척도를 사용하여 측정하였다.

1) 일반적 특성

연구대상자들에 대한 일반적 특성은 연령, 학력, 직업, 결혼 상태, 가정 총소득으로 구성되었다.

2) 심리적 안녕감

심리적 안녕감은 Ryff³¹⁾의 6개 하위요인 척도를 우리나라 현황에 맞게 수정·보완한 김명소 등,³²⁾ 송진영,³³⁾ 황진숙 등³⁴⁾의 척도를 사용하였다. 이 도구는 총 6개의 하위요인이며, 자아수용·대인관계·자율성·환경지배력·삶의 목적·개인성장으로 구성되었다. 본 연구의 Cronbach's $\alpha=.72\sim.85$ (전체=Cronbach's $\alpha=.92$)로 나타났다.

3) 네일관리행동

네일관리행동은 최수경³⁵⁾의 화장관리행동에 대한 선행 연구 척도를 활용하였다. 이 도구는 총 6개의 하위요인이며, 도구성·유행성·대인지향성·동조성·개성·과시성으로 구성되었다. 본 연구의 Cronbach's $\alpha=.72\sim.85$ (전체=Cronbach's $\alpha=.93$)로 나타났다.

3. 자료수집 및 분석

자료수집은 대전 및 충남에 거주하는 20~39세의 판매서비스직(금융·의류·미용) 여성을 대상으로 하여, 2010년 11월 1일부터 2010년 11월 8일까지 7일간 30명을 대상으로 예비조사를 실시한 후 설문지를 수정·보완하여 2010년 11월 15일부터 2010년 11월 30일까지 15일간 본 조사를 실시하였다.

자료수집 방법은 은행, 보험회사, 미용실, 상점 등을 직접 방문하여 250부의 설문지를 배포한 후 230를 회수했으며, 이중 불성실하게 응답한 20부를 제외하고 210부를 분석 자료로 이용하였으며, 자료분석은 SPSS WIN 18.0을 사용하였다. 연구대상자의 일반적 특성은 빈도분석과 백분율을 구하였으며, 판매서비스직 여성들의 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감과 네일관리행동의 차이는 *t*-TEST(*t*-검정), ANOVA(*F*-검정) 및 Tukey로 사후 분석하였다. 또한 심리적 안녕감과 네일관리행동 간의 관련성은 피어슨 상관관계 분석(Pearson Correlation)을 실시하였다.

IV. 연구 결과

1. 연구대상자의 특성

본 연구의 일반적 특성은 연령, 학력, 직업, 결혼 상태, 가정 총소득을 통해 조사하였다. <표 1>에서 보는 바와 같이 연령은 36~39세가 40.5%로 가장 많았고, 그 다음으로 26~30세가 21.4%, 30~35세가 21.0%, 20~25세가 17.1%로 나타났다. 학력은 고졸이 51.9%, 대졸이 43.3%, 대학원 이상이 3.3%, 중졸이 1.4%로 나타났다.

또한 결혼 상태는 미혼이 47.6%, 기혼이 45.7%, 이혼이 3.8%, 별거가 2.4%, 사별이 0.5% 순으로 나타났다.

가정 총소득은 100~119만원이 29.5%로 가장 많았고, 300~399만원이 20.5%, 200~299만원이 19.0%,

31) C. D. Ryff, "Happiness is Everything, or is It Explorations on the Meaning of Psychological Well-being," *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 57 (1989), pp. 1069-1081.

32) 김명소, 김혜원, 차경호, op. cit., pp. 19-39.

33) 송진영, op. cit., pp. 40-50.

34) 황진숙, 김윤희, op. cit., pp. 143-155.

35) 최수경, "화장행동에 미치는 영향요인" (경상대학교 대학원 박사학위논문, 2007), pp. 34-45.

<표 1> 연구대상자 특성 (n=210)

변인	구분	빈도	백분율
연령	20~25세	36	17.1
	26~30세	45	21.4
	30~35세	44	21.0
	36~39세	85	40.5
학력	중졸	3	1.4
	고졸	109	51.9
	대졸	91	43.3
	대학원 이상	7	3.3
직업	의류판매서비스	70	33.3
	금융판매서비스	70	33.3
	미용판매서비스	70	33.3
결혼 상태	미혼	100	47.6
	기혼	96	45.7
	별거	5	2.4
	사별	1	0.5
	이혼	8	3.8
가정 총소득	99만원 이하	14	6.7
	100~199만원	62	29.5
	200~299만원	40	19.0
	300~399만원	43	20.5
	400~599만원	30	14.3
	600만원 이상	21	10.0

400~599만원이 14.3%, 600만원 이상이 10.0%, 99만원 이하가 6.7% 순으로 나타났다.

2. 심리적 안녕감과 네일관리행동

심리적 안녕감과 네일관리행동의 하위요인 특성에 대한 결과는 <표 2>에서 보는 바와 같이, 심리적 안녕감에 대한 하위요인은 삶의 목적이 3.58로 가장 높게 나타났으며, 네일관리행동에 대한 하위요인에서는 유행성이 3.41로 가장 높게 나타났다.

3. 판매서비스직 여성의 심리적 안녕감

일반적 특성에 따른 심리적 안녕감이 차이가 있는지를 살펴본 결과는 <표 3>에서 보는 바와 같다.

<표 2> 심리적 안녕감과 네일관리행동의 하위요인 특성

		최소값	최대값	평균	표준편차
심리적 안녕감	자아수용	1.63	4.88	3.23	.52
	환경지배	1.43	4.86	3.18	.53
	대인관계	1.75	5.00	3.45	.56
	자율성	1.63	4.38	3.26	.42
	삶의 목적	1.86	4.86	3.58	.52
	개인성장	1.57	5.00	3.38	.55
	전체	2.12	4.72	3.35	.40
네일 관리	도구성	1.17	4.83	3.31	.64
	유행성	1.80	5.00	3.41	.63
	대인지향	1.43	5.00	3.19	.62
	동조성	1.29	5.00	2.78	.57
	개성	1.89	5.00	3.39	.49
	과시성	1.17	5.00	2.92	.58
	전체	2.32	4.36	3.24	.38

판매서비스직 여성들의 심리적 안녕감은 학력과 직업에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 연령, 결혼 상태, 소득은 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

1) 학력에 따른 심리적 안녕감

학력에 따라 심리적 안녕감의 차이를 살펴본 결과는 <표 3>과 같이 유의미한 차이가 있었다($p < .05$). 대졸 이상이 3.44, 고졸 이하가 3.26으로 나타나, 학력이 높은 경우가 심리적 안녕감이 높다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 이군자³⁶⁾의 연구와 같은 결과를 보였는데, 이는 학력이 높을수록 무엇인가 능히 해낼 수 있다는 자신감이 학력이 높지 않은 사람들에 비해 높게 평가되기 때문으로 여겨진다.

2) 직업에 따른 심리적 안녕감

직업에 따라 심리적 안녕감이 차이가 있는지를 알아본 결과, <표 3>에서와 같이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다($p < .05$). 미용판매서비스직이

36) 이군자, “내현적 자기애와 사랑의 구성요소 및 심리적 안녕감 간의 관계” (동국대학교 교육대학원 석사학위논문, 2009), pp. 47-50.

〈표 3〉 판매서비스직 여성의 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감

문항	구분	심리적 안녕감	<i>t</i> 또는 <i>F</i>	<i>p</i>
		M(SD)		
연령	20~25세	3.37(.48)	1.54	.206
	26~30세	3.25(.43)		
	30~35세	3.42(.37)		
	36~39세	3.36(.35)		
학력	고졸 이하	3.26(.35)	-3.35	.001***
	대졸 이상	3.44(.43)		
직업	의류판매서비스	3.28(.36) ^A	3.83	.023*
	금융판매서비스	3.31(.36) ^{AB}		
	미용판매서비스	3.45(.45) ^B		
결혼상태	미혼	3.34(.44)	0.56	.572
	기혼	3.37(.33)		
	기타	3.25(.52)		
소득	99만원 이하	3.37(.48)	1.48	.197
	100~199만원	3.29(.44)		
	200~299만원	3.33(.33)		
	300~399만원	3.30(.35)		
	400~599만원	3.44(.37)		
	600만원 이상	3.51(.43)		

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

3.45, 금융판매서비스직이 3.31, 의류판매서비스직이 3.28로 나타났다. 즉, 미용판매서비스직 집단이 다른 집단에 비해 심리적 안녕감이 높다는 것을 알 수 있다. 외모관리가 잘 되는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 심리적 안녕감이 높았다는 황진숙과 김윤희³⁷⁾의 연구 결과를 지지하는 것으로 나타났다. 이와 같이 외모가 심리적 안녕감에 매우 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있었으므로 타인의 외모를 관리해 주어야 하는 직업을 갖고 있는 미용판매서비스직 여성들의 경우 자신의 외모가 관리되지 않으면 자기 스스로 만족하지 못하고 또한 사회적으로도 위축되어 대인관계 시 서비스를 잘 하지 못하게 될 것이므로 외모관리에 보다 많은 관심을 가지고 이상적인 외모추구와 외모관리 행동 실시로 다른 서비스직 집단에 비해 심리적 안녕감도 높게

나타나는 것으로 생각된다.

4. 판매서비스직 여성의 네일관리행동

일반적 특성에 따른 네일관리행동이 차이가 있는지를 알아본 결과는 〈표 4〉에서 보는 바와 같다. 판매서비스직 여성들의 네일관리행동은 직업과 결혼 상태, 소득에 따라 유의미한 차이가 나타났으며 연령, 학력은 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

1) 직업에 따른 네일관리행동

직업에 따른 네일관리행동에 대해 살펴본 결과는 〈표 4〉와 같이 유의미한 차이가 있었다($p < .001$). 미용판매서비스직이 3.41로 높게 나타났고 의류판매서비스직과 금융판매서비스직이 3.16과 3.15로

〈표 4〉 판매서비스직 여성의 일반적 특성에 따른 네일관리행동

문항	구분	네일관리	<i>t</i> 또는 <i>F</i>	<i>p</i>
		M(SD)		
연령	20~25세	3.27(.40)	1.40	.243
	26~30세	3.32(.38)		
	30~35세	3.25(.38)		
	36~39세	3.18(.38)		
학력	고졸 이하	3.22(.34)	-.83	.407
	대졸 이상	3.26(.43)		
직업	의류판매서비스	3.16(.32) ^A	11.12	.000***
	금융판매서비스	3.15(.36) ^A		
	미용판매서비스	3.41(.41) ^B		
결혼상태	미혼	3.32(.38) ^A	4.25	.015*
	기혼	3.16(.37) ^B		
	기타	3.25(.46) ^{AB}		
소득	99만원 이하 ^A	3.16(.31) ^{AB}	3.21	.009**
	100~199만원 ^B	3.33(.37) ^B		
	200~299만원 ^C	3.18(.30) ^{AB}		
	300~399만원 ^D	3.08(.33) ^A		
	400~599만원 ^E	3.35(.53) ^B		
	600만원 이상 ^F	3.31(.37) ^B		

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

37) 황진숙, 김윤희, op. cit., pp. 143-155.

낮게 나타났다. 이는 미용판매서비스직 집단이 의류·금융판매서비스직 집단에 비해 네일관리행동이 높다는 것을 알 수 있는데, 미용에 대한 기본적인 지식이 있기 때문에 네일관리행동을 실시하는데 있어 접근이 더 용이하기 때문에 네일관리행동에 더 많은 관심을 보이는 것으로 생각된다.

2) 결혼 상태에 따른 네일관리행동

결혼 상태에 따른 네일관리행동에 대해 살펴본 결과는 <표 4>와 같이 유의미한 차이가 있었다($p<.05$). 미혼이 3.32로 가장 높게 나타났고, 기타는 3.25, 기혼은 3.16으로 나타났는데, 이는 미혼 집단이 기타와 기혼 집단에 비해 네일관리행동이 높다는 것을 알 수 있다. (기타나 기혼 집단의 경우에는 미혼에 비해 외모관리에 지출하는 비용 부담이 크기 때문에 네일관리행동에 대한 관심이 더 낮게 나타난 것으로 생각되며) 20~40대 성인 여성을 대상으로 하여 외모관리행동에 대해 살펴 본 이경숙³⁸⁾의 연구에서도 미혼이 기혼에 비해 외모관리행동을 더 많이 실시한다는 결과와 같은 맥락으로 이해될 수 있다.

3) 소득에 따른 네일관리행동

소득에 따른 네일관리행동에 대해 살펴본 결과, <표 4>에서와 같이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다($p<.01$). 소득이 400~599만원인 집단이 3.35로 가장 높게 나타났으며, 100~199만원 집단이 3.33, 600만원 이상의 집단이 3.31로 높게 나타났다. 200~299만원 집단이 3.18이었으며, 99만원 이하의 집단에서 3.16으로 가장 낮게 나타났다. 100~199만원과 400만원~599만원, 600만원 이상의 집단이 다른 집단에 비해 네일관리행동이 높은 것으로 나타나

소득이 비교적 높은 집단에서 네일에 대한 관심이 더 많은 것을 알 수 있다. 이는 많은 선행 연구(김은주,³⁹⁾ 조슬기,⁴⁰⁾ 안나영,⁴¹⁾ 김종욱,⁴²⁾ 이유종⁴³⁾)에서도 소득이 증가함에 따라 문화수준의 향상과 함께 외모관리행동에 관심이 많아진다는 결과처럼 판매서비스직 여성들 또한 소득이 높아질수록 보다 적극적으로 외모 가꾸기에 힘쓰며, 외모관리행동의 일환인 네일관리행동을 통해서 다양한 심리적 욕구를 충족하는 것으로 해석되어진다.

반면, 본 연구에서는 월평균 소득이 비교적 높지 않은 100~199만원의 집단에서도 네일관리행동이 비교적 높게 나타났는데, 이는 자신의 이미지를 타인에게 좀 더 확실히 각인 시키고 타인에게 자신의 외모를 과시적으로 표현하려는 현 시대에 네일관리가 다른 미용 서비스에 비해 접근성이 용이하고 비용 부담도 적기 때문에 자신의 개성 연출 수단으로 네일관리행동을 선호하는 것으로 생각된다.

5. 심리적 안녕감과 네일관리행동 간의 관계

심리적 안녕감과 네일관리행동간의 관계를 살펴보기 위해 상관관계분석을 실시한 결과는 <표 5>와 같으며, 심리적 안녕감 중 환경지배요인이 네일관리행동에 대한 관련성을 살펴보면 개성($r=.23$)과 과시($r=.20$)에서 양의 관계가 나타났는데, 이는 판매서비스직 특성상 고객에게 긍정적인 이미지를 주어야 하며, 판매 상황 속에서 효율적으로 대처하기 위해 자신의 개성 및 과시를 통해 타인을 통제하고 지배하고자 하는 욕구가 강하기 때문인 것으로 생각된다. 개인성장 요인이 네일관리행동에 관련이 있는지를 살펴보면 도구성($r=.19$), 개성($r=.35$), 과시($r=.20$)에서 양의 관계를 나타냈고, 또한 동조

38) 이경숙, “성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동” (서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2007), pp. 55-59.

39) 김은주, “성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동” (이화여자대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2001), p. 49.

40) 조슬기, “외적이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도 외모관리행동 연구” (성신여자대학교 조형대학원 석사학위논문, 2006), p. 31.

41) 안나영, “외모에 대한 사회·문화적인 태도와 객체화된 신체意識이 외모관리행동에 미치는 영향” (전남대학교 대학원 석사학위논문, 2007), p. 57.

42) 김종욱, “중년여성의 자기애성향에 따른 신체만족도와 외모관리행동과의 관계” (대구한의대학교 대학원 박사학위논문, 2010), p. 50.

43) 이유종, “노인들의 자아존중감과 신체 매력인지에 따른 외모관리 행동에 관한 연구” (대구한의대학교 대학원 박사학위논문, 2010), pp. 33-37.

성($r=-.19$)에서는 음의 상관관계가 나타났다. 이는 최수경⁴⁴⁾의 연구에서도 도구성과 개성, 과시의 확장행동요인이 자아를 실현시키고자 하는 욕구와 상관성이 있다는 연구와 같은 맥락으로 이해될 수 있다. 또한 자아수용요인은 도구성($r=.19$), 개성($r=.25$), 과시($r=.18$)와 양의 관계가 나타났는데, 자아수용은 충분히 가능한 인간임을 인정받고 싶어 하는 강한 욕구로, 타인에게 자신을 표현시키기 위한 대표적인 수단으로 사용하고자 하기 때문에 개성과 과시 도구성에서 상관성이 나타난 것으로 생각된다. 대인관계요인에서는 동조성($r=-.21$)에서는 음의 관계가 나타났고, 개성($r=.25$)에서는 양의 관계가 나타났는데, 이는 환경지배력에서와 마찬가지로 이해될 수 있을 것이다. 자율성요인에서는 도구($r=.16$), 개성($r=.32$), 과시($r=.15$)가 양의 관계를 나타냈으며, 동조성($r=-.21$)에서는 음의 관계가 있는 것으로 나타났다. 자율성은 보통 타인과의 동질성을 통해 표현하고자 하는 욕구보다는 자신을 자유롭게 표현하고자 하는 특성 때문에 개성추구와 과시 현상과 상관성이 나타난 것으로 생각된다. 그리고 목적요인에서는 도구성($r=.25$), 유행성($r=.20$), 대인

지향($r=.20$), 개성($r=.41$), 과시($r=.23$)에서 양의 관계가 나타났는데, 삶의 목적은 성격의 변화 및 자신을 성숙하게 하기 위함이 가장 크기 때문에 대부분의 요인에서 관계가 나타난 것이다.

이와 같이 네일관리행동의 개성요인이 심리적 안녕감과 매우 밀접한 관련이 있다는 결과는 최수경⁴⁵⁾이 확장행동과 심리상태에 대해 살펴본 연구에서 개성요인이 심리에 가장 영향력이 큰 변인으로 나타났던 결과와 일치하므로, 확장행동과 마찬가지로 네일관리를 한다는 것은 자신이 다른 사람에 비해 돋보이기를 원하고, 차별화되기를 바라는 욕구가 강하기 때문으로 생각된다. 그러나 유행성과 대인지향성은 심리적 안녕감과 관계가 없는 것으로 나타났는데, 이를 통해 판매서비스직 여성들의 네일관리는 트렌드를 반영하거나 사회적 상호작용에 중점을 두기보다 자기만족감의 욕구가 더 큰 것으로 해석할 수 있다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 20~39세 판매서비스직(금융·의류·

<표 5> 심리적 안녕감과 네일관리행동 간의 상관관계

		네일관리행동					
		도구성	유행성	대인지향	동조성	개성	과시
심리적 안녕감	환경지배	.13	.08	.08	-.04	.23**	.20**
		($p=.050$)	($p=.275$)	($p=.252$)	($p=.581$)	($p=.001$)	($p=.004$)
	개인성장	.19**	.12	.09	-.19**	.35***	.20**
		($p=.005$)	($p=.094$)	($p=.203$)	($p=.005$)	($p=.000$)	($p=.004$)
	자아수용	.19**	.07	.11	-.04	.25***	.18*
		($p=.007$)	($p=.343$)	($p=.127$)	($p=.605$)	($p=.000$)	($p=.010$)
	대인관계	.12	.08	-.01	-.20**	.25***	.10
		($p=.092$)	($p=.275$)	($p=.865$)	($p=.004$)	($p=.000$)	($p=.132$)
	자율성	.16*	.05	.04	-.21**	.32***	.15*
		($p=.020$)	($p=.450$)	($p=.584$)	($p=.002$)	($p=.000$)	($p=.027$)
	삶의 목적	.25***	.20**	.20**	-.15	.41***	.23**
		($p=.000$)	($p=.003$)	($p=.003$)	($p=.030$)	($p=.000$)	($p=.001$)

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

44) 최수경, op. cit., pp. 49-89.

45) 최수경, op. cit., pp. 80-89.

미용) 여성들을 대상으로 심리적 안녕감을 알아보고, 이들의 심리적 안녕감이 외모관리행동 중 네일관리행동과 어떠한 관계가 있는지를 살펴보고자 하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 심리적 안녕감과 네일관리행동의 하위요인 특성은 심리적 안녕감에서는 삶의 목적이 3.58로 가장 높게 나타났으며, 네일관리행동에서는 유행성이 3.41로 가장 높게 나타났다.

둘째, 판매서비스직 여성들의 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감은 학력이 높은 대졸 이상의 집단에서, 직업에서는 미용판매서비스직의 여성들에게서 유의미한 차이가 나타났다. 심리적인 안녕감이 높다는 것은 자기 자신에 대한 삶의 만족도가 높다는 것을 의미하는 것으로 지식수준이 높을수록 자신에 대한 만족도가 높음을 알 수 있다. 또한 미용판매서비스직 여성들은 외모를 관리해 주는 직업으로 외모가 대인지향에 많은 도움을 주는 사회적 도구임을 알고 있기 때문에 타인 및 자신의 외모를 적극적으로 관리하고, 이를 통해 삶의 만족도를 향상시키는 것으로 파악된다.

셋째, 판매서비스직 여성들의 일반적 특성에 따른 네일관리행동은 미용판매서비스직 집단에서, 소득이 높은 집단에서 유의미한 차이가 나타났다. 미용판매서비스직 집단은 다른 집단에 비해 외모관리의 관심도가 높고 접근성이 용이하기 때문에 해석할 수 있다. 또한 소득이 높을수록 외모관리에 대한 비용 부담을 적게 느끼기 때문에 다른 집단에 비해 네일관리행동을 많이 실시하는 것이다.

넷째, 심리적 안녕감과 네일관리행동간의 관계를 살펴본 결과는 심리적 안녕감 요인 중 개인성장($r=.35$)과 삶의 목적($r=.41$)에서 네일관리행동의 개성과 높은 양의 상관관계가 나타났다. 이는 네일관리행동을 하는 것은 자기평가에 다양한 변모를 가져오게 되며, 이를 통해 심리적 안녕감에 긍정적인 영향을 미치게 됨을 알 수 있다.

이와 같이 판매서비스직 여성들은 심리적으로 개인의 성장을 위해, 그리고 자율적인 삶의 목적을 위해 네일관리행동을 도구적으로 사용하고, 이를 통해 개성을 나타내는 수단으로 적극 활용하고 하고 있음을 알 수 있었다. 또한 심리적 안녕감과 네

일관리행동의 관련성을 밝히는 것은 네일관리행동의 심리적 기대효과를 반영시킬 수 있는 기초 자료로 유용할 뿐만 아니라, 네일 관련 산업에서 소비자의 내적 특성을 파악하여 차별적인 마케팅 전략의 효율적인 자료를 제공하였다는 점에서 의의가 있다.

본 연구는 대전·충남 지역의 판매서비스직 여성들에 한정되어 연구를 실시하였으므로 이 연구 결과를 광범위하게 해석하여 일반화 시키는 데는 신중을 기해야 할 것이며, 후속 연구에서는 직업 및 연구범위를 확대할 뿐만 아니라 본 연구에서 살펴본 심리적 안녕감 변인 외에 외모관리행동에 사용되었던 다른 변인들을 통하여 네일관리에 대한 심리적인 특성을 심층적으로 분석할 필요성이 있다.

참고문헌

- 강경자 (1986). “한국과 미국 여대생의 가치관과 의복선택행동에 관한 비교연구.” *대한가정학회지* 4권 3호.
- 공영길 (2009). “외모만족도와 사회적 지지가 심리적 안녕감에 미치는 효과: 거부민감성의 매개효과.” 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 곽연식 (2009). “남자 중·고등학생의 외모만족도에 따른 외모관리 행동 및 인식에 대한 연구.” 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 김명소, 김혜원, 차경호 (2001), “심리적 안녕감의 구성개념 분석: 한국 성인 남녀를 대상으로.” *한국심리학회지* 15권 2호.
- 김영옥 (1997). *공기업 여성 고용구조와 인력관리의 현황 및 과제*. 서울: 한국여성정책연구원.
- 김왕배 (1995). *자본주의 도시와 근대성*. 서울: 한울아카데미.
- 김은주 (2001). “성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동.” 이화여자대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 김종욱 (2010). “중년여성의 자기에성향에 따른 신체만족도와 외모관리행동과의 관계.” 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현미 (2004). “성별에 따른 자아해석 양식과 심리적 안녕감의 관계.” 이화여자대학교 대학원 석

- 사학위논문.
- 박미석 (1996). “중년기 남녀의 삶의 질에 관한 연구.” *한국가정관리학회지* 14권 2호.
- 백인선 (2007). “직장인의 외모관리에 대한 사회비교가 외모정보활용 외모관리 및 패션상품구매에 미치는 영향.” 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 서희정 (2009). “여성들의 네일컬러 선호도와 심리상태와의 관련성.” 조선대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 송진영 (2009). “중년남성의 다중역할 몰입, 자기효능감 및 심리적 안녕감간의 구조모형 분석.” 서울기독대학교 대학원 박사학위논문.
- 안나영 (2007). “외모에 대한 사회·문화적인 태도와 객체화된 신체의식이 외모관리행동에 미치는 영향.” 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 우병조 (2004년 3월), “웰빙... 삶의 질을 높인다.” 한국경제신문.
- 이경례 (2005). “자아유형과 스트레스가 손톱관리행태에 미치는 영향.” 원광대학교 보건대학원 석사학위논문.
- 이군자 (2009). “내현적 자기애와 사랑의 구성요소 및 심리적 안녕감 간의 관계.” 동국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이상구, 강효민 (1997). “직장인의 여가활동 유형과 자아정체감 및 주관적 안녕감의 관계.” *한국스포츠사회학회지* 7권.
- 이영순 (2000). *네일관리학*. 서울: 고문사.
- 이유중 (2010). “노인들의 자아존중감과 신체매력인지에 따른 외모관리 행동에 관한 연구.” 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 이윤희 (2009). “직장인의 직무만족과 자아정체감 및 심리적 안녕감과와의 관계.” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이재화 (2010). “네일시술이 직장여성의 직무 및 가사 스트레스 경감에 미치는 효과.” 조선대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 이정순 (2006). “네일 관리에 대한 반응경향성 및 그 효과에 관한 연구.” 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 임유미 (2010). “네일 서비스 구매행동과 선호도에 관한 연구.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 조슬기 (2006). “외적이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도 외모관리행동 연구.” 성신여자대학교 조형대학원 석사학위논문.
- 최수경 (2007). “화장행동에 미치는 영향요인.” 경상대학교 대학원 박사학위논문.
- 편수명 (2008). “네일관리 고객의 성향과 네일아트 선호도 분석연구.” 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 황진숙, 김윤희 (2006). “외모관리행동에 따른 신체이미지 및 심리적 안녕감.” *복식문화연구* 56권 3호.
- Berzonsky, M. D. (1987). “Identity Satatus, Self-presentation, and Self-conceptions. *Paper Presented at the Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development*, Baltimore, MD., Vol. 23, No. 6.
- Cash, T. F. and T. Purzinsky (1990). *Body Images: Development, Deviance and Change*. N.Y: Guilford.
- Cooper, W. H. (1981). “Ubiquitous Halo.” *Psychological Bulletin* 90.
- Lehman, K. S. (1983). “Organized Interests and American Democracy.” Doctoral Dissertation, Boston College.
- Lennon, S. J. and N. A. Rudd (2000). “Linkage between Attitude toward Gender Roles, Body Satisfaction Self-esteem and Apperance Management Behaviors in Women.” *Family and Consumer Sciences Research Journal* Vol. 23.
- Mahoney, E. R. and M. D. Finch (1976). “The Dimensionality of Body Cathexis.” *Journal of Psychology* Vol. 92.
- Ryff, C. D. (1989). “Happiness is Everything, or is It Explorations on the Meaning of Psychological Well-bing.” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 57 .
- Synnott, A. (1990). “Truth and Goodness, Mirrors and Mask.” *British Journal of Sociology* Vol. 41.
- Szala, R. J. (1979). “*Popular Participation, Employment and the Fulfilment of Basic Needs.*” International (London: Labour Review)