

# Makyaj Yapma Niyeti ve Makyaj Motivasyon Ölçeği

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Makyaj Yapma Niyeti ve Makyaj Motivasyon Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=25507>

## Özet

Makyaj Yapma Niyeti ve Makyaj Motivasyon Ölçeği, **makyaj** kullanıma yönelik bireysel niyetleri ve bu davranışın altında yatan psikolojik **motivasyonlar**ı sistematik olarak ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir psikometrik araçtır. Geliştirme çalışması, **Karabulut**, Aytaç ve Akın (2020) tarafından gerçekleştirilmiş olup, özellikle makyaj tüketimi ile İslami dindarlık arasındaki ilişkiyi inceleyen daha büyük bir araştırmanın parçası olarak ortaya çıkmıştır. Ölçek, tüketicilerin makyaj ürünlerini kullanma eğilimlerini ve bu eylemi tetikleyen içsel ve dışsal sebepleri (örneğin, sosyal onay, kişisel çekicilik, özgüven) beşli bir Likert Ölçeği formatında değerlendirilmektedir.

## Anahtar Kelimeler

Makyaj Niyeti, Tüketim Davranışı, Motivasyon, Dindarlık, Psikometri, Ölçek Geliştirme, Sosyal Psikoloji.

## Yazarlar

Ferhat Karabulut, Muhammed Bilgehan Aytaç, Emine Akın.

## Amaç

Ölçeğin temel amacı, bireylerin **makyaj** yapma davranışına yönelik eğilimlerini ve bu davranış yönlendiren spesifik motivasyonel faktörleri güvenilir ve geçerli bir şekilde ölçmektir. Bu araç, özellikle tüketici psikolojisi ve sosyal psikoloji alanlarında, bireylerin kişisel bakım ve görünüm tercihlerinin altında yatan karmaşık bilişsel süreçleri anlamak için tasarlanmıştır. Ölçek, araştırmacılara, makyaj kullanımının kültürel, dini veya kişisel özgüven gibi değişkenlerle nasıl ilişkilendiğini analiz etme imkanı sunar.

## Yapı

Makyaj Yapma Niyeti ve Makyaj Motivasyon Ölçeği, başlıkta belirtildiği gibi iki ana psikolojik yapıyı (konstrüktü) hedeflemektedir: Niyet ve Motivasyon.

**Makyaj Yapma Niyeti:** Bu kavram, Bilişsel Denge Teorisi veya Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde, bireyin gelecekte makyaj yapma olasılığına veya istekliliğine dair öznel bir değerlendirmesini ölçer. Yüksek niyet puanları, güçlü bir davranışsal eğilimi işaret eder.

**Makyaj Motivasyonu:** Bu kavram ise makyaj yapma niyetini besleyen temel nedenleri kapsar. Bu nedenler genellikle içsel (özsaygı arttırma, kendini ifade etme) veya dışsal (sosyal baskı, çekicilik algısı, beklentiler) etkileme) faktörler olarak alt boyutlara ayrılmıştır. Ölçek, bu motivasyon alt boyutlarının göreceli ağırlıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır.

## Geçerlik

Ölçeğin geliştirme çalışmasına ait kaynak referansında (Karabulut, Aytaç & Akın, 2020) spesifik geçerlik değerleri doğrudan belirtilmemiştir (kaynakta "-"). Ancak, yeni geliştirilen bir **ölçek** olarak, yapısal geçerliğin sağlanması kritik öneme sahiptir.

Tipik bir ölçek geliştirme sürecinde, yapı geçerliliğini kanıtlamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) veya açılmayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmı olmalıdır. Bu analizler, ölçeğin teorik olarak varsayılan alt boyutların (faktörlerinin) ampirik verilerle desteklenip desteklenmediğini gösterir. Ayrıca, ölçüt bakımından geçerlik (örneğin, makyaj harcamaları gibi dikkatli değişkenlerle ilişkisi) ve ayrılmaz/yakınsama geçerliliği çalışmaları da **psikometri** standartlarına uygun olarak gerçekleştirilmelidir.

## Güvenirlik

Güvenirlik değerleri de kaynak referansında açıkça belirtilmemiştir (kaynakta "-"). Güvenirlik, ölçeğin tutarlılığını ve kararlılığını ifade eder.

**Makyaj Yapma Niyeti ve Makyaj Motivasyon Ölçeği** için güvenilirlik çalışmaları genellikle iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alfa) kullanılır. Bu katsayı, maddelerin aynı yapıya ne derece tutarlı bir şekilde ölçtüğünü gösterir. Ayrıca, ölçeğin zamana karşı kararlılığını değerlendirmek amacıyla test-tekrar test güvenilirlik çalışmaları da yapılmış olması beklenir. Yüksek bir Cronbach Alfa değeri, ölçeğin maddelerinin içsel olarak tutarlı olduğunu gösterir.

## Faktör Analizi

Ölçeğin geliştirme aşamasında, Makyaj Motivasyonu yapısının çok boyutlu doğası nedeniyle, faktör analizi yöntemlerinin kullanıldığı varsayılmaktadır. Bu analiz, motivasyon yapısının kaç farklı alt boyuttan oluştuğunu (örneğin, sosyal etki, özgüven artırma, dini uygunluk) belirlemeye yardımcı olur.

Açılmayıcı Faktör Analizi (AFA), temel bileşenler analizi veya temel eksen faktörleme yöntemleri kullanılarak ölçek maddelerinin faktör yükleri incelenmiş ve en uygun faktör yapısı belirlenmiştir. Bu sürecin sonunda, ölçeğin nihai yapısının, makyaj yapma niyetini ve motivasyonun farklı yönlerini yansıtan ayrı ve anlamlı alt ölçeklere sahip olduğu öngörülmektedir.

## Araç

**Test Türü:** Geliştirme (Yeni bir yapısal ölçek)

**Format:** Öz Bildirim Ölçeği

**Mevcut Dil:** Türkçe

**Popülasyon Grubu:** Yetişkinler, Tüketiciler, Özellikle **makyaj** kullanan kadınlar (Araştırmamızın başlangıçta göz önüne alındığında).

**Yaş Grubu:** Belirtilmemiş, ancak üniversite öğrencileri ve yetişkinler (genç yetişkinlikten itibaren) beklenmektedir.

**Popülasyon Detayları:** Orijinal çalışmamızda, ölçek Türkiye'deki katılımcılar üzerinde uygulanmıştır.

**Test Metodolojisi:** Beşli Likert Ölçeği. Katılımcılardan her bir ifadeye ne kadar katıldıkları belirtilmeleri istenir.

## Derecelendirme

Ölçek, beş seviyeli bir Likert Ölçeği kullanmaktadır.

Kesinlikle Katılmıyorum

Katılmıyorum

Kararsızım

Katılıyorum

Kesinlikle Katılıyorum

Puanlama metodolojisi, genellikle alt ölçek puanlarımızın toplanmasıyla veya ortalamamızın alınmasıyla hesaplanır. Yüksek puanlar, ilgili motivasyon faktörünün veya makyaj yapma niyetinin yüksek olduğunu gösterir.

## Şinler, Ücret ve Test Yılı

**Test Yılı:** 2020

**Şinler ve Ücret:** Ölçeğin ticari kullanıma dair özel bir bilgi olmamakla birlikte, akademik araştırmalar için genellikle yazarlardan izin alınması tavsiye edilir.

**Sorumlu Yazar:** Muhammed Bilgehan Aytac

**İletişim:** [bilgehanaytac@gmail.com](mailto:bilgehanaytac@gmail.com)

## Kaynaklar

Ölçeğin temel referans, geliştirmeye çalışılması yayınlandı akademik makaledir:

Karabulut, F., Aytac, M. B., & Akin, E. (2020). Makeup Consumption and Islamic Religiosity. *Human Arenas*, 3, 534-551. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00106-w>

Ölçeğin orijinal dökümanlarına aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilir:

DOCX Dosyası: [makyaj-yapma-niyeti-ve-makyaj-motivasyon-olcegi-toad.docx](#)

PDF Dosyası: [makyaj-yapma-niyeti-ve-makyaj-motivasyon-olcegi-toad.pdf](#)

## Makyaj Yapma Niyeti ve Makyaj Motivasyon Ölçeği Maddeleri

**ÖNEMLİ:** Bu ölçeğin orijinal maddeleri kaynak içerikte sağlanmamıştır. Ayrıca, ölçeğin tam maddeleri yerine, sadece derecelendirme yapış belirtilmiştir. Maddelerin tamamına yukarıda belirtilen PDF veya DOCX dosyalarından ulaşılabilir.

### Derecelendirme Sistemi:

(1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Karasızım, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum)