**MAKYAJ NİYETİ ÖLÇEĞİ**

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

1. İşe/Okula giderken genellikle makyaj yaparım.
2. İş görüşmesi/mülakata giderken genellikle makyaj yaparım.
3. Arkadaşlarımla dışarı çıkarken genellikle makyaj yaparım.
4. Alışverişe giderken genellikle makyaj yaparım.
5. Günlük işlerimi halletmek için dışarı çıktığımda genellikle makyaj yaparım.
6. Günlük yaşamımda makyajımı eksik etmem.
* Karabulut, F., Aytac, M. B., & Akin, E. (2020). Makeup Consumption and Islamic Religiosity. Human Arenas, 3, 534-551.

**MAKYAJ MOTİVASYON ÖLÇEĞİ**

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

**İçsel Tatmin Boyutu**

1. Makyaj yaptığımda daha güzel göründüğümü düşünüyorum.
2. Makyaj, kişilerin kendisini iyi hissetmesini sağlar.
3. Makyaj yapan kadınlar daha bakımlı görünür.
4. Makyaj, kendimi kötü hissettiğim zamanlarda kusurlarımı örtmeme yardımcı olur.
5. Makyaj yaptığımda daha çekici göründüğümü düşünüyorum.
6. Toplum içerisinde bakımlı olmanın gerekliliğine ve makyajın bu anlamda bana yardımcı olduğuna inanıyorum.
7. Makyaj yapan kadınlar daha güzel ve çekici görünür.

**Dışsal Tatmin Boyutu**

1. Makyaj yapmadan evden çıkmamaya özen gösteririm, çıktığımda kendimi kötü hissederim.
2. Arkadaşlarımın veya tanıdıklarımın beni makyajsız görmesinden rahatsız olurum.
3. Makyaj yapmadığımda çok solgun ve cansız görünüyorum.
4. Hasta olduğumda mutlaka makyaj yaparım. Böylece daha iyi göründüğümü düşünüyorum.
5. Üzgün olduğumda makyaj yapmak mutlu olmamı sağlıyor.
6. Çevremdeki kadınların çoğu makyaj yaptığı için makyaj yapmadığım zamanlarda kendimi kötü hissediyorum.

**Sosyal Konumlandırma Boyutu**

1. Makyaj, kadını kadın yapan unsurlardan biridir.
2. Makyaj yapan kadınlar genellikle kendine güvenen ve kendi ayakları üstünde duran kadınlardır.
3. Makyaj yapan kadınlar işlerinde daha başarılı ve profesyonel görünür.
4. Mesleğimden dolayı makyaj yapma zorunluluğu hissediyorum.
* Karabulut, F., Aytac, M. B., & Akin, E. (2020). Makeup Consumption and Islamic Religiosity. Human Arenas, 3, 534-551.