



T.C.

GİRESUN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KADIN ARAŞTIRMALARI ANA BİLİM DALI

KADIN ARAŞTIRMALARI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**KADINLARIN ÖZGÜVEN DÜZEYİNİN MAKYAJ YAPMA DURUMUNA
GÖRE İNCELENMESİ**

**WOMEN'S SELF-CONFIDENCE LEVEL DIFFERENCES BASED ON
WEARING MAKE-UP**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

Tuğçe YILDIRIM DAL

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mevlüt KARATAŞ

Giresun-2024

BİLİMSEL ETİK İLKELERE UYGUNLUK/ETİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Kadınların Özgüven Düzeyinin Makyaj Yapma Durumuna Göre İncelenmesi” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel etik ve geleneklere aykırı düşecek bir kullanıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yararlandığım kaynaklara uygun yöntemlerle atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tuğçe YILDIRIM DAL

08/07/ 2024



TEZ ÖZGÜNLÜK BEYANI

Ana Bilim Dalı: Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalı

Program Adı: Kadın Araştırmaları Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Başlığı: Kadınların Özgüven Düzeyinin Makyaj Yapma Durumuna Göre İncelenmesi

Yukarıda başlığı verilen tez çalışmasının Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 53 sayfalık kısmına ilişkin 13/07/ 2024 tarihinde Turnitin benzerlik programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı: % 11' dur.

Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından belirlenen azami benzerlik oranına (%30) göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 13/07/ 2024

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mevlüt KARATAş **Öğrenci:** Tuğçe YILDIRIM DAL

İmza

İmza

KILAVUZA UYGUNLUK BEYANI

“Kadınların Özgüven Düzeyinin Makyaj Yapma Durumuna Göre İncelenmesi” başlıklı Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

Tuğçe YILDIRIM DAL

İmza

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mevlüt KARATAŞ

İmza



JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 25/06/2024 tarihli toplantısında oluşturulan jüri, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Tuğçe YILDIRIM DAL'ın "**Kadınların Özgüven Düzeyinin Makyaj Yapma Durumuna Göre İncelenmesi**" başlıklı tezini incelemiş olup, aday 08.07.2024 tarihinde, saat 13:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Sunulan çalışma, sınav sonucunda oy birliği ile başarılı bulunarak jüri tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Ünvanı, Adı Soyadı	Karar		İmzası
		Kabul	Ret	
Üye (Başkan)	Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mevlüt KARATAŞ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Ela OĞAN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

ONAY

..../..../ 2024

Prof. Dr. Oğuz Serdar KESİCİOĞLU
Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Bu tez çalışmasında; kadınların özgüven düzeyinin makyaj yapma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Çalışma, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nin farklı bölümlerinde öğrenim gören kadın öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Lisansüstü eğitimim süresince, bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen, manevi olarak da en büyük destekçim olan, değerli zamanını ayıran ve öğretmen/ eğitimci kavramına en çok yakışan tez danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Hacı Mevlüt KARATAŞ'a teşekkürlerimi sunarım. Tez jürisi olarak değerli zamanını ayıran, başarıya ulaşmış kadın olarak örnek aldığım Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF hocama katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunarım. Tez jürisinde olan Dr. Öğr. Üyesi Ela OĞAN'a teşekkürlerimi sunarım. SPSS programına dair bilgi ve tecrübesini benden esirgemeyen, değerli Doç. Dr. Dekant KIRAN hocama; anlayışlarından ve desteklerinden ötürü eşim Kenan DAL'a, oğlum Ali Tuna DAL'a; dualarıyla yanımda olan canım babam Hüsnü YILDIRIM'a, canım annem Gülay YILDIRIM'a, varlığını her an yanımda hissettiğim ablam Hülya AKTAR'a çok teşekkür ederim.

ÖZET

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalı
Kadın Araştırmaları Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Başlığı : Kadınların Özgüven Düzeyinin Makyaj Yapma Durumuna Göre İncelenmesi

Tez Türü : Yüksek Lisans Tezi

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mevlüt KARATAŞ

Hazırlayan : Tuğçe YILDIRIM DAL

Yıl : 2024

Sayfa Sayısı : 85

Bu çalışmanın amacı; makyaj kozmetikleri kullanımının, kadınların özgüven düzeyinde farklılık meydana getirip getirmediğini belirlemek, demografik değişkenlerde makyaj kullanımını ve özgüven düzeyini tespit etmektir. Kadınların kozmetik ürün kullanımının özgüvene etkisi ile ilgili araştırmalar sayılıdır ve ülkemizde bu konu çalışılmamıştır. Bu sebeple literatüre katkı açısından önem arz etmektedir. Araştırma ilişkisel tarama modeline uygun olarak çalışılmıştır. Araştırmanın örneklemini Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde farklı bölümlerde öğrenim gören 306 kadın öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada verileri toplamak amacıyla "Kişisel Bilgi Formu", "Makyaj İle İlgili Form", "Özgüven Ölçeği" kullanılmıştır. Özgüven Ölçeği'nde; iç özgüven ve dış özgüven ayrıştırılmıştır. Anket çevrimiçi olarak öğrencilere ulaştırılmış, anketten elde edilen veriler kullanılarak, SPSS (versiyon 20) programında t testi ve ANOVA analizleri yapılmış, bazı veriler grafik üzerinde yorumlanmıştır. Yapılan analizlerde makyaj yapanların yapmayanlara göre özgüven düzeylerinde anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak makyaj yapma derecesi arttıkça ve kendini güzel hissetmeme yönünde düşünce olması ile özgüven arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kadınların makyaj yapma sebeplerine bakıldığında; en fazla daha enerjik hissetmek amacıyla, en az ise dikkat çekmek amacıyla yapıldığı tespitler arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Kozmetik, Özgüven, Makyaj, İç özgüven, Dış Özgüven

ABSTRACT

Giresun University Institute of Social Sciences Department Department of Women's Studies Women's Studies MA Programme

Thesis Name : Women's Self-Confidence Level Differences Based on Wearing Make-Up

Thesis Type : Master's Thesis

Supervisor : Assist. Prof. Dr. Hacı Mevlüt KARATAŞ

Author : Tuğçe YILDIRIM DAL

Year : 2024

Pages : 85

The main purpose of this thesis is to analyze whether women's self-confidence levels differ according to wearing make-up or not. Moreover, it is aimed to determine the level, intensity of and reasons for the usage of makeup cosmetics among college students. While there are a few studies on the impact of women's cosmetic usage on self-confidence in the literature, we are not aware of any studies on this subject in Turkey. Therefore, this thesis is aimed to fill this gap and contribute to this literature. The research is based on a survey model. The survey consists of three parts which are "Personal Information Form", "Makeup Related Form" and "Self-Confidence Scale". The survey carried out on 306 female students at Tokat Gaziosmanpaşa University. The survey was conducted online by using Google Forms. The collected data were analyzed using the SPSS 2020 program. The data is analyzed by presenting descriptive statistics, and conducting t-test, ANOVA. The results indicate that there is no significant difference in the levels self-confidence of those who wore make-up compared to those who did not. However, it is found that if self-confidence level differs across groups who spend more money and time on makeup. Finally, the results revealed that mostly women wear makeup to feel more energetic.

Key Words: Cosmetics, Self-Confidence, Make-up, Internal Self-Confidence, External Self-Confidence

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

MEB : Milli Eğitim Bakanlığı

TDK : Türk Dil Kurumu



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Özgüven Düzeyi ile İlgili Betimleyici İstatistikler	42
Tablo 2: Makyaj Yapan ve Yapmayan Öğrencilerin Özgüven Düzeyleri Karşılaştırılması (t-testi)	43
Tablo 3: Makyaja Ayrılan Aylık Bütçeye Göre Özgüven ANOVA LSD Sonuçları.	45
Tablo 4: Kuaföre Gitme Sıklığı ve Dış Özgüven ANOVA LSD Sonuçları	46
Tablo 5: Öğrencilerin Üniversiteye Derse Giderken Kullandığı Toplam Kozmetik Ürün Adedi ile Özgüven ANOVA LSD Sonuçları	47
Tablo 6: Özgüven, İç Özgüven, Dış Özgüven Ölçeği Puanlarının Daha Güzel Olmak İçin Makyaj Yapan ve Yapmayanlara Göre t-testi Sonuçları	48
Tablo 7: Özgüven, İç Özgüven, Dış Özgüven Ölçeği Puanlarının Makyajsız Beğenilmediğini Düşünerek Makyaj Yapan ve Yapmayanlara Yönelik t testi Sonuçları	48

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Öğrenci Sayılarının Sınıflara Göre Dağılımı	36
Şekil 2: Öğrencilerin Medeni Durumu ve Konakladığı Yerler.....	37
Şekil 3: Öğrencilerin Makyaj Yapma Durumu.....	38
Şekil 4: Öğrencilerin Aylık Bütçesi ve Makyaja Ayırdıkları Aylık Bütçe	38
Şekil 5: Öğrencilerin Kuaföre Gitme Sebepleri.....	39
Şekil 6: Öğrencilerin Makyaj Yapma Sebepleri	40
Şekil 7: Öğrencilerin Gittikleri Yerlere Göre Kullandıkları Makyaj Kozmetik Ürünleri.....	41



İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK İLKELERE UYGUNLUK/ETİK BEYAN	II
TEZ ÖZGÜNLÜK BEYANI	III
KILAVUZA UYGUNLUK BEYANI	IV
JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI	V
ÖN SÖZ	VI
ÖZET	VII
ABSTRACT	VIII
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ	IX
TABLolar LİSTESİ	X
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
İÇİNDEKİLER	XII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM**1. KOZMETİK İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR**

1.1. KOZMETİK TERİMİNİN TANIMI	4
1.2. KOZMETİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	5
1.3. KOZMETİKLERİN SINIFLANDIRILMASI VE İŞLEVLERİ	6
1.3.1. Deriye Uygulanan Kozmetik Preparatlar.....	7
1.3.1.1. Cilt Temizliği İçin Ürünler.....	7
1.3.1.2. Cildi Nemlendirmesi İçin Kullanılan Ürünler.....	8
1.3.2. Makyaj Kozmetikleri.....	8
1.3.3. Tozlar ve Pigmentli Preparatlar.....	9
1.3.3.1. Allıklar	10
1.3.3.2. Dudak Makyajı Kozmetikleri.....	10
1.3.3.3. Göz Makyajı Kozmetikleri.....	11
1.3.3.4. Kaş Şekillendiriciler ve Renklendiriciler.....	12
1.3.3.5. Yüz Pudraları.....	12
1.3.3.6. Fondötenler	13
1.3.4. Saça Uygulanan Kozmetik Preparatlar.....	13

1.3.5. Dişlere Ve Ağız Boşluğuna Uygulanan Kozmetik Preparatlar.....	14
1.3.6. Diğer kozmetik preparatlar	14

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÖZGÜVEN

2.1. BENLİK (ÖZ)	16
2.2. GÜVEN	17
2.3. ÖZGÜVEN.....	17
2.4. İÇ ÖZGÜVEN VE DIŞ ÖZGÜVEN	19
2.5. ÖZSAYGI (BENLİK SAYGISI)	19
2.6. ÖZGÜVEN OLUŞUMUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER	21
2.6.1. Ebeveyn Tutumları	22
2.6.2. Okul ve Öğretmen	23
2.6.3. Akademik Başarı	24
2.6.4. Boşanma.....	25
2.6.5. Fiziksel Görünüm	25
2.7. AKRAN İLİŞKİLERİ.....	27
2.8. MAKYAJ KOZMETİKLERİNİN ETKİLERİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	28

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. VERİ SETİ, METODOLOJİ VE UYGULAMA SONUÇLARI

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ	32
3.2. ARAŞTIRMA DESENİ	33
3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	33
3.4. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	33
3.4.1. Kişisel Bilgi Formu	34
3.4.2. Makyaj Kozmetikleri ve Kullanımı ile İlgili Form	34
3.4.3. Özgüven Ölçeği.....	34
3.5. VERİLERİN ANALİZİ	35
3.5.1. Özgüven Ölçeğinin Güvenilirliği.....	35
3.5.2. Sosyo-Demografik Özellikler için Betimsel İstatistikler.....	36

3.5.3. Kozmetik ve Makyaj Yapma ile ilgili Betimsel Analiz	38
3.5.4. Özgüven Düzeyi ile İlgili Betimsel Analiz.....	42
3.5.5. Makyaj Yapma ile Özgüven Arasındaki İlişkinin Analizi	43

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

4.1. TARTIŞMA.....	50
4.2. SONUÇ.....	53
KAYNAKÇA	54
EKLER.....	68



GİRİŞ

Tarih boyunca insanlar, daima güzelleşme ve dikkat çekme çabası içinde olmuşlardır. Bu nedenle kozmetik kullanımı insanlığın tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. En eski tarihlerde dahi çevrelerinde bulunan bitkilerden kürler yapmış; bu sayede gençliklerini korumuş, tüylerinden arınmış, güzel kokmuş, yüzüne ve saçına renk vermeyi başarmışlardır. Bu çaba hem erkek hem kadında gözlemlense de daha çok kadınlar tarafından benimsenmiş ve toplumun da kadınlardan beklentisi haline gelmiştir. Yaşanılan döneme göre kadınlar birçok farklı güzelleşme aşamasından geçmiştir: Saçlarını farklı renklere boyamış, tırnaklarını renklendirmiş, gözünü, kirpiklerini, dudaklarını, kaşlarını vurgulamak için farklı yöntemler kullanmışlardır. Kozmetiğin tanımı düşünülenin aksine daha geniş bir alanı kapsamaktadır. İnsan vücudunun temizliğinden bakımına, güzel görünmesinden hoş kokmasına, gençleştirmesinden daha dikkat çekici hale getirmesine kadar birçok etkisi söz konusudur (Çomoğlu, 2012).

Her geçen gün kozmetik çeşitliliği ve kullanımı giderek artmaktadır. Kozmetik kullanımının birçok sebebi vardır: Ciltteki leke görünümünü azaltmak, cildi daha çekici hale getirmek, yüzün bazı kısımlarında; büyütme, küçültme, ön plana çıkarma, arka plana itme, vs. gibi görüntüde değişiklikler meydana getirmektir. Buna sebep olan etken ve sonunda değişim geçiren kişinin hedeflerine ulaşip ulaşmadığı çalışmanın amacıdır. Bu değişikliklerin kişi tarafından tercih edilme sebepleri, tercih ettikleri makyaj kozmetikleri ve bu davranışın sonuçları birçok yabancı ülkede araştırma konusu olmuştur fakat ülkemizde çalışılmamıştır. Morrow (2017) tarafından ABD'nin Kennesaw Eyalet Üniversitesi'nde makyajın özgüvene ve psikolojideki sonuçlarını araştırırken, Kaushik, Vijayasimha, Singh ve Jha (2019)'nın Hindistan kadınları üzerinde yaptığı araştırma makyaj kullanımının özgüvene ve evlilikte tercih edilir olma ihtimaline yöneliktir. Dolayısı ile bu araştırma makyaj kozmetikleri kullanımı ve özgüven durumları arasındaki ilişkiyi açıklamak için önem arz etmektedir.

Kozmetikler, özellikle makyaj kozmetikleri sadece renklendirmeden ibaret değildir. Makyaj kozmetiklerinin kullanımı yüzdeki oran ve orantıyı da ilgilendirir. Kaşların, dudak çerçevesinin, göz şekillerinin burun deliklerinin vb. gibi uzuvlardaki

orantısızlıkların geçici olarak düzeltilmesi makyaj ile sağlanabilmektedir. Yüzdeki oran ve orantı ilk Pisagor tarafından ‘Altın Oran Teorisi’ ile ortaya atılmış olup ve geniş kitleler tarafından kullanılmaya da devam edilmektedir. İnsan vücudunda oran ve orantı her zaman önemli olmuştur (Çağatay-Irışlı, G. 2021). Fournier’in yapmış olduğu bir çalışmanın sonucu; belirlenen orana sahip ya da orana en yakın yüzler çekici bulunurken, oran ve orantıya uzak yüzler daha az çekici bulunduğu yönündedir (Fournier, 2002). Makyaj ürünleri ve kullanım teknikleri ile geçici olarak düzeltilmesi mümkün olan durumların, biliniyor olması, makyaj yapanların sayısını artırabilir ya da makyaj yaparken kullanılan ürünlerde farklı tercihlere sebep olabilir. Bir kişi yüzüne renk vermesi için sadece ruj ve rimel kullanırken; oran ve orantı hakkında bilgiye sahip olduktan sonra yüzünde beğenmediği kısımları da beğeneceği duruma getirebilir.

Makyaj kozmetik ürünleri günümüzde çoğu kadın tarafından bilinmekte ve kullanılmaktadır. Uluslararası literatürde kadınların bu kullanımlarına yönelik birçok araştırma bulunmasına rağmen, özellikle kadınların işgücüne katılım oranının gelişmiş ülkelerin oldukça gerisinde olan Türkiye’de kadınların sosyal ve profesyonel hayatını etkileme potansiyeli olan özgüven düzeyi ile makyaj yapma arasında bir ilişki olup olmadığının çalışıldığı bir araştırmaya rastlanamamıştır. Bu sebeple literatüre katkı sağlayacaktır.

Araştırma; Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi’nde 2022-2023 eğitim öğretim yılında, eğitimine devam eden 306 kadın öğrenciye anket şeklinde uygulanmıştır. Anketler çevrimiçi olarak Google Forms üzerinde çalışılmış ve öğrencilere ulaştırılmıştır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin “ Kişisel Bilgi Formu” ve “Özgüven Ölçeği”ne içten cevap verdikleri düşünülmektedir. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının geçerli, güvenilir ve öğrenciler için uygun olduğu, katılımcıların soruları samimi ve eksiksiz olarak dolduracakları varsayılmıştır.

Tezin 1. bölümünde kozmetik ve makyaj ile ilgili temel kavramlar detaylı bir şekilde tartışılmıştır. Tezin 2. bölümünde özgüven ile ilgili kavramlar anlatılıp özgüveni etkileyen faktörler literatür çerçevesinde tartışılmış ve kozmetik ürün kullanımının etkileri ile ilgili literatür özeti yapılmıştır. Tezin 3. bölümünde

araştırmanın amacı, veri toplama araçları, kullanılan metotlar ve araştırma bulguları sunulmuştur. Tezin son kısmında ise tartişma ve sonuç yer almaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. KOZMETİK İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1.KOZMETİK TERİMİNİN TANIMI

Kozmetik terimi; yunanca kökenli kos-metikos kelimelerinden yola çıkılarak türetilmiştir ve “süslenmekte usta” anlamına gelmektedir (Çomoğlu, 2012). Kozmetik; insanlar tarafından sınırlı olarak bilinen ama çok kapsamlı bir kelimedir. Genel olarak kozmetik denilince akla ilk gelenler; kremler ve makyaj ürünleridir. Ancak kozmetik; ağız, diş ve hatta ağız mukozası dâhil tüm vücut uzuvlarının temizliğinin, sağlığının, bakımının sürdürülmesi ve daha iyi duruma getirilmesi, kimi zaman da saç, saçlı deriye ve uzantılarına renk verilmesi, yapısının değiştirilmesi, koku verilmesi amacı ile kullanılan ürünlerdir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise kozmetik: “Cildi ve saçları güzelleştirmeye, canlı tutmaya yarayan her türlü madde.” olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2023). 24/3/2005 tarihli ve 5324 sayılı Kozmetik Kanunu’na göre: Kozmetik ürünler; insanlarda deriye, saça, vücut kıllarına, tırnaklara, dudaklara, dış genital bölgeye, dişlere ve ağız mukozasına uygulanabilen, amacı sadece belirtilen bu kısımları temiz tutmak, kokusunu, görünümünü düzeltmek, muhafaza etmek veya değiştirmek olan insan sağlığına zarar vermeyecek nitelikteki tüm maddeleri içermektedir (Kozmetik Yönetmeliği, 2005).

Gün içerisinde insanlar defalarca kozmetik ürün kullanmaktadır. Yemekten sonra ağız ve dişlerin diş macunu ile temizlenmesi, ellerin sabun ile yıkanması, deri kuruluğunda el kremlerine ihtiyaç duyması, duş esnasında saçların ve vücut temizliğinin sabun ve şampuanlarla yapılması, ter kokusunu önlemek için kullanılan deodorantlar, güzel kokmak için kullanılan parfümler insanoğlunun kozmetik ile iç içe olduğunun kanıtıdır. Bu uygulamalar maddi durumu ve sosyal yaşantısı ne olursa olsun genel olarak tüm insanların kişisel bakımlarını yerine getirmek ve sağlıklarını korumak amacı ile kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre bakım kelimesi “bir şeyin iyi gelişmesi, iyi bir durumda kalması için verilen emek” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Kişinin mevcut sağlığının ve gençliğinin sürdürülmesi ve korunması amacı ile bedenine yapmış olduğu bakımlar kişisel bakımlardır. Kozmetiğin kişisel bakım ile ilişkisi; kişinin, olan sağlığını korumak ve daha iyiye gitmesini sağlamaktır (Altunışık ve Sarıkaya, 2011, s. 392)

Genel olarak kozmetiklere baktığımız zaman kişinin ihtiyaçlarından (yani mecburi) kaynaklı ve isteklerinden kaynaklı oldukları görülmektedir. Temizlik amacı ile kullanılan kozmetik ürünler öncelikle ihtiyaç kaynaklı iken; renk vermek, dikkat çekmek, beğeni almak

amacı ile kullanılan ürünler isteklere bağlı kozmetiklerdir. Kozmetiklerin sınıflandırılması birçok farklı etkene bağlı olarak yapılmaktadır. Bu konu kozmetiklerin sınıflandırılması başlığı adı altında detaylandırılacaktır.

1.2.KOZMETİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Kozmetik tarihi insan tarihi kadar eskidir. Fakat kozmetik kullanımını araştırmacılar, son verilere göre MÖ 100.000 yılına dayandırmaktadırlar (Tuncer, 2019, s. 102) İlk insan olarak bilinen Neandertal insanlar, kozmetik kullanımına ilk adım atan insanlar olarak da bilinmektedir. Bu insanlar vücutlarına dekoratif desenler çizmişlerdir. Bunun sebebinin sadece güzel görünmek olduğu düşünülmemektedir. Yaşadıkları dönem avcı-toplayıcı dönem olduğundan vücutlarını boyamalarını; vahşi hayvanlardan veya çevresindeki diğer tehlikelerden korunmak amacı ile yaptıkları tahmin edilmektedir (Hunt, Fate ve Dodds, 2011, s. 1)

Her konuda günümüze ışık tutan arkeolojik çalışmalar kozmetik konusunda da önem arz etmektedir. Özellikle Eski Mısır'da yapılan kazılarda gün yüzüne çıkan eserler MÖ 4000'lerde kozmetik ürünlerin kullanıldığını kanıtlamaktadır. Bu bilgilere ulaşmada o dönemlerde yaşayan insanların değerli eşyaları ile birlikte gömülmesi ve bu eşyalardan birinin de merhem karıştırılan kapların, bu kaplarda ise hala mevcut kokuların bulunuyor olması kozmetiğe verilen önemi göstermektedir (Uzel, 2011).

Farklı dönemlerde Mısır'ın sahip olduğu bilgilerin Asur, Babil, İbraniler, Pers ve Yunanlılara kadar iletildiği bilinmektedir (Çomoğlu, 2012). Mezopotamya'nın MÖ 2000'li yıllarda kozmetik amacıyla baharat ve bitki üretiminde ve satışında ticaret merkezi olduğu bilinmektedir. Özellikle bu baharat ve bitkiler göz, saç, el, ayak boyamalarında kullanılmak üzere üretilmiş ve ticareti yapılmıştır (Blanco-Davila, 2000, s. 1197)

İnsanlar tarih boyunca güzel ve estetik görünmek, medeni durumlarını bildirmek, çevresinden korunmak, temizlenmek, temiz kokmak, saç ve saçlı derilerine geçici olarak renk ve şekil vermek, tedavi etmek gibi önemli sebeplerle kozmetik ürün kullanmışlardır. İnsan hayatında bu denli önemli bir yere sahip olan kozmetikler; teknolojinin, beklentilerin ve ihtiyaçların değişmesiyle sürekli yenilenmiş, gelişmiştir. Günümüz kozmetik ürünlerine baktığımızda her ihtiyaç için farklı üretim yapıldığı görülmektedir. Kremlerin; kırışıklık ve lekelerin giderilmesinde etkili olması, cilt tiplerine göre farklılık göstermesi, göz dudak, boyun bölgesine ait farklı ürünlerin geliştirilmesi kozmetiğin her geçen gün daha da ileriye gittiğinin kanıtıdır. Bu durum saç bakım kozmetiklerinde de aynıdır. Yakın geçmiş zamanda duşta bir sabun ile tüm vücudun temizliği yapılırken; günümüzde saçlar için farklı özelliklere sahip

şampuanlar, kremler, maskeler, serumlar gibi kişiselleştirilmiş ürünler üretilmektedir. Tüm kozmetik ürünler kişiselleştirilmekle kalmamış, her üretim bir önceki ürünün işe yararlılıkta önüne geçmiştir (Lee, Ju ve Kim, 2020).

1.3.KOZMETİKLERİN SINIFLANDIRILMASI VE İŞLEVLERİ

Yukarıda anlatıldığı gibi tarih boyunca insan hayatında önemli bir yere sahip olan kozmetik; teknolojinin, beklentilerin ve ihtiyaçların değişmesiyle sürekli yenilenmiş, gelişmiştir. Günümüz kozmetik ürünlerine baktığımızda her ihtiyaç için farklı üretim yapıldığı görülmektedir. Üretimlerdeki bu çeşitlilik, kozmetik ürünlerde sınıflandırma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Çomoğlu, (2012)'na göre: Kozmetikler uygulama yerlerine ve temel etki alanlarına göre iki şekilde sınıflandırılabilir. Temel etki alanlarına göre kozmetikler; tabaka oluşturan maddeler, keratinli maddeler, sebatrop maddeler, indirekt dermatrop maddeler, direkt dermatrop maddeleri içeren kozmetiklerdir. Uygulama yerlerine göre kozmetikler ise; deriye uygulanan kozmetikler, tozlar ve pigmentli preparatlar, saça uygulanan kozmetik preparatlar, dişlere ve ağız boşluğuna uygulanan kozmetik preparatlar ve diğer preparatları içermektedir. Bu çalışma ile daha ilgili olması dolayısıyla uygulama yerlerine göre kozmetiklerin sınıflandırılması aşağıda daha detaylı bir şekilde anlatılmaktadır.

Vücudumuzun neredeyse her bölümü ayrı bir kozmetik ürüne hitap etmektedir. Kozmetik ürünler kullanılacak alanın yapısına uygun formda ve kullanım amacına uygun içerikte üretilmektedir. Deriye uygulanan kozmetikler daha çok deri bariyerinin sağlığından, gerginliğinden, nemlenmesinden, gençliğinden sorumlu iken; saça uygulanan kozmetik ürünler ise temizlenmenin yanı sıra daha spesifik olarak saç kıllarının uzaması, kıl köklerinin uyarılması, saç tellerine bakım yapması ve onarması gibi özel ihtiyaçlara binaen üretilmiş olabilir. Bu sebeple kozmetik ürünler hangi amaca yönelik ve hangi bölge için üretilmişse amacına uygun kullanılmalıdır. Saç için üretilmiş bir şampuanın dahi, yüz ve vücudun farklı bölgelerine belli aralıklarla temasının bulunması vücudun farklı bölgelerinde tüylenmelere ve tüylerin rahatsız edici hale gelmesine sebep olabilir. Diş için üretilen ürünlerin farklı amaçlarla vücudun herhangi bir bölgesine kullanılması da istenmeyen sonuçlara sebebiyet verebilir. Dolayısı ile uygulama yerlerine göre kozmetikler; deriye uygulanan, tozlar ve pigmentli preparatlar, saça uygulanan, dişlere ve ağız boşluğuna uygulanan ve vücudun diğer bölgelerine uygulanan kozmetikler olarak sınıflandırılmıştır.

1.3.1. Deriye Uygulanan Kozmetik Preparatlar

Deriye uygulanan kozmetik ürünler; saç, kıl ve tırnakların dışında tüm vücuda uygulanabilen ürünlerdir. Yumuşatıcı kremler, yumuşatıcı losyonlar, temizleyici kremler, temizleyici losyonlar, el krem ve losyonları, temel kremler, günlük kremler, hormon kremleri, sterat kremleri, yüz maskeleri, cildin rengini açan ve ciltteki lekeleri gideren ürünler, güneş ışınlarına karşı koruyucu ve bronzlaşmayı sağlayıcı ürünler, terlemeye mani olan (antiperspiran) ürünler, ter kokularını önleyen (deodoran) ürünler, traş ürünleri olarak kendi içerisinde sınıflandırılır (Çomoğlu, 2012).

Deriye uygulanan kozmetik ürünler daha çok derinin epidermis katmanını ilgilendiren ve bu katmanın dolaylı olarak alt katmanlarına da etki edebilen ürünlerdir. Kullanım amaçları; deriyi kir ve tozdan arındırmak, deri görünümünü düzgünleştirmek, oluşacak kötü kokuların önüne geçmek, cazibeyi artırmak, sağlıklı ve bakımlı görünümü sağlamaktır.

Kültürümüze baktığımızda insanların fiziksel özellikleri ile betimlendiğini görmekteyiz. Örnek olarak; güzel yüzlü, çiçek gibi kokan, kaşları yay gibi, kirpikleri ok gibi, dudakları kiraz gibi, yanakları elma gibi söylemlerin kültürümüzdeki söylemler arasındadır (Duman, 2012). Dolayısı ile kültürümüzün güzel görünmek, güzel kokmak, estetik olmak dahilinde sosyalleşmeye önem verdiği aşıkardır.

1.3.1.1.Cilt Temizliği İçin Ürünler

Cildi temizlemek amacı ile üretilmiş tüm kozmetik ürünler bu sınıflandırma altında değerlendirilmektedir. Bu ürünler sabunlar ve sindetler (yüzey aktif temizleyiciler), yağ içermeyen temizleyiciler, temizleyici kremler, tonikler ve sıkılaştırıcılar ve temizlik maskelerini içermektedir (Çomoğlu, 2012).

Cilt temizliği, hem sağlık açısından hem de derimizin hastalanmaması açısından önemlidir. İnsanlığın tarihinde ilk temizleyicinin yanmış odun külü olduğu bilinmektedir. MÖ 2500'lerde hidrolize hayvansal yağdan elde edilen trigliseritlerden oluşturulan potasyum sabununun Sümerler tarafından kullanıldığı bilinmektedir (Draeos, 2018).

İlk temizleyici olarak külün kullanımından bu zamana ciltte kullanılan çok sayıda temizleyici ürün geliştirilmiştir. Temizleme amacıyla kullanılan ürünler; cilt tipi, cilt durumu, yaş vb. gibi özelliklere bağlı olarak ayrıştırılmıştır. Bu ayrıştırmalar ürünlerin kullanımına yön vermiştir. Sabunlar ve sindetler köpürtülerek uygulanıp su ile durulanırken; temizleyici

kremlere sür-sil yöntemi uygulanmakta bu sayede temizlik işlemi tamamlanmaktadır. Tonikler ise; temizlik aşamasından arta kalan kirleri temizlemek ve temizlikten sonra açık olan gözenekleri daraltmak (sıkılaştırmak) amacıyla kullanılmaktadır (Yazan, 2010, s. 102)

1.3.1.2.Cildi Nemlendirmesi İçin Kullanılan Ürünler

Cildi nemlendirmek amacı ile kullanılan tüm kozmetik ürünler bu sınıflandırmaya dâhil edilmektedir. Oklüzif yağlar, su çekici humektanlar, hidrofilik maddeler, güneşten koruyucuları içeren ürünlerin hepsi cilt nemlendirilmesi amacıyla üretilmiş kozmetiklerdir (Çomoğlu,2012.

Cilt bakımının birinci aşamasını temizleme işlemi oluşturmaktadır. Temizleme işlemi esnasında kir, toz gibi istenmeyen zararlı maddeler ile birlikte cildin kendini koruması için ürettiği sebum da ciltten uzaklaştırılır. Bu aslında istenmeyen bir durumdur. Bu nedenle nemlendiriciler, kullanıcıların önem sırasına göre 4 temel ihtiyacını karşılamalıdır. Birincisi; cildin yüzeyini pürüzsüzleştirmek ve yumuşatmak, ikincisi; nemini sağlamak, üçüncüsü; görünümünü iyileştirmek, dördüncüsü; cildin doğal yağ ve nem dengesini sağlamasına yardımcı olmaktır (Draeos, 2018). Cildin bu dört amaca uygun hale gelmesi, içerisindeki oklüzif yağlar, humektanlar, hidrofilik maddeler ve güneşten koruyuculara bağlıdır. Oklüzif yağlar deride kapaticılık sağlayarak nemi deriye hapsedip kuruluğu önlemede yardımcı olmaktadır. Humektanlar ise su çekici olarak bilinir, derideki nem ile çevredeki nemin arasında denge kurmakla ilişkilidir (Daye, 2011, s. 125) Hidrofilik bileşen olan maddeler ise emülgatör karışımlarının özelliklerini ayarlamak için kullanılmaktadır (Miller, Henning, ve Grünbein, 2001). Nemlendirme ürünleri içerisinde yer alan güneş koruyucuları cildin UV zararlı ışınlarından etkilenerek; cildin lekelenmesi, erken yaşlanması gibi olumsuz durumların önüne geçmek amacı ile kullanılmaktadır. Bu koruyucuların; krem, losyon, jel, sprey formları bulunmaktadır. Güneşe çıkmadan önce insanlar kendilerine uygun olan güneş koruyuculardan mutlaka kullanılmalıdır (Çayırılı, Tunca ve Açıkgöz, 2013).

1.3.2. Makyaj Kozmetikleri

Günümüzde makyaj; geçici olarak, yüzün rengini, şeklini; kaşların rengini, şeklini, yoğunluğunu; kirpiklerin yoğunluğunu, kıvrımını, rengini; göz kapağı alt, üst ve iç kısmının renginin, şeklinin değişmesi; dudakların şeklinin ve renginin değişmesi; elmacık kemiklerinin

şeklinin ve renginin değişmesi, çene ve boyun kısmının şeklinin ve renginin değişmesi, dekolte olabilecek açıkta kalan kısımların renginin ve şeklinin değiştirilmesini amaç edinen kozmetik preparatlara denilmektedir. Kısaca yüzün rengini ve şeklini geçici olarak değiştirme imkânı sağlayan ürünlere makyaj kozmetikleri denilmektedir (Acar, 2013, s. 8) Makyaj kelimesi özellikle yüze renk veren ürünler olarak bilinmektedir. Bakıldığında daha kapsamlı ve farklı uygulamalar içeren ürünler olduğu görülmektedir.

Makyaj geçmişten günümüze birçok insan tarafından tercih edilmiştir. Özellikle önceki yapılan çalışmalarda, tercih edilme sebeplerine bakıldığında; korunma, kendini güçlü gösterme, statüsünü belli etme, beğenilir olmaya çalışma, tercih edilir olma kavramları göze çarpmaktadır (Örn: Korichi, Pelle-de-Queral, Gazano ve Aubert, 2011; Rayner, 1998; Levy ve Emer, 2012). Bu sebepler doğrultusunda, kozmetiklerin bulunmadığı zamanlarda insanlar; farklı bitki, çiçek, hayvansal yağlar gibi doğada kolay elde edilebilir maddelerden yüzlerini boyayabilecek malzemeler üretmeyi ve kullanmayı başarmışlardır. Dolayısı ile bu etkilerine bakılarak kozmetik insanlar arasında sözsüz iletişim kurmalarına yardımcı olmuştur (Çağatay- Iırlı, 2021, s. 46) Yüz boyamaları yaşanan bölgenin kültürüne, ihtiyaçlarına, beklentilerine göre değişiklik göstermiştir. Kimi insanlar yaşadıkları alanın sıcak olmasına karşın derilerini koruma amacı ile kullanırken, kimileri sadece daha güzel görünmek ve beğenilir olmak açısından makyaja başvurmuştur. İlerleyen teknolojinin ve reklamların etkisi ile kozmetikler daha çok tercih edilir olmuş ve farklı formlarda farklı yapılarda makyaj kozmetikleri kullanıma sunulmuştur.

1.3.3. Tozlar ve Pigmentli Preparatlar

Tozlar ve pigmentli ürünler daha çok görünüşü canlandırmak, güzelleştirmek, renk vermek amacı ile kullanılan ürünlerdir. Genellikle yüze uygulanan bu kozmetikler farklı çeşitlerde olmakta, kişinin cilt tipine, rengine ve ihtiyacına göre tercih edilmektedir. Yüzdeki ve tırnaktaki, geçici şekil ve renk değişimine olanak sağlayan ürünlerdir. Tozlar ve pigmentli preparatlara makyaj kozmetikleri de denilebilir. Tozlar ve pigmentli ürünlerin diğer bir adı da dekoratif kozmetiklerdir. Bu kozmetikler, kullanan kişilerin canlı görünmesi için görünümünü güzelleştirmek ve ciltteki kusurları kapatmak için kullanılan ürünlerdir. Araştırmalara göre en çok kullanılan kozmetik ürünler dekoratif kozmetiklerdir (Haryati ve Guntarti, 2022). Yüz

pudraları, allık, dudak boyaları, tırnak cilaları, göze uygulanan kozmetik preparatları olarak kendi içerisinde sınıflandırılmaktadır.

1.3.3.1.Allıklar

Günümüzde en çok bilinen ve tercih edilen dekoratif kozmetikler; allıklardır. Tek başına kullanıldıklarında dahi, cilde canlı ve sağlıklı bir deri görünümü verebilmektedir. “Ciltte özellikle yanak, alın ve burun bölgelerine kullanılan, cilde canlılık ve sağlıklı bir görünüm kazandıran kozmetik ürünlere allık denir. Temel pigmentleri kırmızı tonlarda olmasına rağmen, son yıllarda kahverengi ve mavi tonları da bulunmaktadır” (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2011b, s.15) İlk zamanlarda cilde kızarıklık vermek amacı ile üretilen allıklar günümüzde sayısız ton seçeneği ile çeşitlendirilmiştir. Yüzün daha güzel, taze ve dolgun görünmesini sağlayan özellikle yanak bölgesine renk vermek amacı ile kullanılan dekoratif kozmetik ürünüdür. Toz allık, krem allık, sıkıştırılmış allık olmak üzere 3 farklı tipte değerlendirilmektedir (Rejakumar, Prasobh, Renjini, Sahishna ve Akhila, 2022, s. 1659) Farklı formülasyonlarda üretilen, renk seçeneği olan allık; cilt tipine, cilt tonuna, yapılan makyajın türüne bağlı olarak tercih edilmektedir. Elmacık kemikleri için üretilmiş olan bu ürün yüzün ve dekoltenin farklı kısımlarına parlaklık vermek, derinlik kazandırmak, ön plana çıkarmak amacı ile de kullanılmaktadır.

1.3.3.2.Dudak Makyajı Kozmetikleri

Geçici olarak dudaklara renk vermek, dudakları olduğundan daha dolgun veya daha ince göstermek, parlatmak, dudakların çerçevesini belirginleştirmek için üretilen kozmetik ürünlere dudak makyaj kozmetikleri denilmektedir. Ruj, dudak kalemi, dudak parlaticıları ve jöleler olmak üzere 4 farklı formda üretilmiş kozmetik ürünlerdir. Ruj; çevirme yöntemi ile bazıları ucundaki yumuşak sünger ile sürülür. Parlaticılar da genellikle sünger tipli bir aplikatörden üretilmiştir (Cunningham, 1992). Dudak boyalarının geliştirilmesi geçmişten günümüze çok yol kat etmiştir. Eski çağlarda insanların dudaklarını bitki ve meyveler aracılığı ile renklendirdiği bilinmektedir. Günümüzde bu tür ürünlerin kullanımı artmış; kadınların talebini karşılamak için rujların yüzlerce renk, tonuyla ve farklı formülasyonu ile

çeşitlendirilmesi sağlanmıştır (Mishra ve Dwivedi, 2012). Günümüzde üretilen dudak renklendirici kozmetikleri kullanıcılarına daha fazla çeşit ve renk seçeneği sunmaktadır.

1.3.3.3.Göz Makyajı Kozmetikleri

Üst göz kapağına, alt göz kapağına, alt kirpiklere, üst kirpiklere; renk vermek, şekil vermek, bu bölgelerin geçici olarak şeklini değiştirmek amacı ile kullanılan makyaj kozmetiklerine göz makyajı kozmetikleri denir. Göz makyajı için kullanılan kozmetiklerin tarihi M.Ö. 4000’li yıllara kadar uzanır. O yıllarda kozmetik ürünler farklı böceklerin kabuklarından, yanmış bademden, kil boyasından, bitkilerden elde edilirken; günümüzde kullanılan göz kozmetiklerinin çoğu 1959 ve 1962 yılları arasında popüler olmuştur (Draeos, 2001). Göz kozmetiklerinden göz farı; pudra göz farları, kalem göz farları, jöle şeklinde göz farları olmak üzere 3 farklı formda üretilmiştir. Göz farları kişilerin kullanım kolaylığına, göz kapağı üzerindeki duruşuna, sıvı veya toz oluşuna göre tercih hakkı sunmaktadır. Göz kozmetiklerinde bir çeşitlilik de sedefli ve mat göz kozmetikleridir. Genellikle sedefli kozmetikler günlük yaşamın dışında (davet, düğün vs.) kullanılsa da, günlük yaşantısında kullananlar da mevcuttur. Göz makyajının bir standardı yoktur. Kişinin tercihinine göre hafif veya abartılı şekilde yapılabilmektedir. Göz makyajı kişinin ülkesine, şehrine, kültürüne dair de bilgiler barındırmaktadır. Buna örnek; Hint Makyajı, Arap Makyajı, Mısır Makyajı, İspanyol Makyajı gösterilebilir. Bu makyajların adlandırılmasında öncelikle gözlere yapılan makyajlardaki farklılıklar önem arz etmekle birlikte; kaş, dudak, yüz boyamalarında da farklılıklar mevcuttur.

Göz makyajında farların yanı sıra göz kalemi (eyeliner) de kullanılmaktadır. Far üzerine veya tek başına uygulanan göz kalemi sürüş tekniklerine göre; gözleri olduğundan daha büyük, gözleri olduğundan daha küçük, keskin, buğulu, çekik, yuvarlak gösterme gibi etkiye sahiptir. Göz kalemi daha çok göz kapağına uygulanır (Matsushita, Morikawa ve Yamanami, 2015, s. 163) Göz kalemi; kalemler, sıvı eyeliner, kalıp eyeliner olmak üzere 3 farklı formda üretilmiştir. Bu ürünler kişiler tarafından kullanım kolaylığı, kalıcılığı, formu, fırça ucunun yapısı göz önünde bulundurularak tercih edilmektedir.

Kirpikleri şekillendirmek, hacim vermek, renk değiştirmek, uzunluğunu artırmak amacı ile kullanılan ürünlere rimel (maskara) denilmektedir. Rimel (maskara) çeşitleri; kalıp maskara, krem maskara, sıvı maskara olmak üzere 3 farklı yapıda üretilmiştir. Günümüzde maskara dünya çapında en fazla kullanılan kozmetiklerden biridir (Zeri, Borghesi, Acciarri ve Tavazzi,

2021, s. 428) Maskara kirpiklerin rengini belirginleştirir, bakışlara anlam kazandırır ve derinlik verir.

1.3.3.4.Kaş Şekillendiriciler ve Renklendiriciler

Kaşların rengini, şeklini ve yönünü geçici olarak değiştiren kozmetik ürünlere denir. Kaş renklendirme tarihi Mısır Dönemine kadar uzanmaktadır. O günün insanları bitki ve kuru yemişleri yakarak kaşlarına şekil vermekteydi. Avrupa’da ise yüz güzelliği için kaşlar o kadar gerekli görülmekteydi ki bu sebeple bazı üst sınıf kadınlar alınlarına fare postu yapıştırıyordu (Sadr, Jarudi ve Sinha, 2003, s. 286) Günümüzde kaş şekillendirmek veya kaşları renklendirmek amacı ile birçok kozmetik ürün üretilmiş ve piyasaya sunulmuştur. Bunlar: kaş kalemleri, kaş farları, kaş waxı, kaş jelidir. Kaşlar da gözler gibi yüz ifadesinde önemli bir yere sahiptir, duyguların ifadesinde kullanılır. Yüze bütünlük, çekicilik verir. Sosyal yaşantıda önemli bir yere sahip olan kaşların görünümü bu nedenle önemlidir. Soluk, seyrek, ince ve istenilen renkten daha açık veya daha koyu olmasını isteyen kişiler renklendiricileri kolaylıkla kullanmaktadır. Şekillendiriciler daha çok jöle formunda olup kaşların istenilen tarafa taranıp sabit kalmasını sağlar. Bu uygulama kaş ile göz arasındaki mesafenin artmasıyla kişiyi daha dinç ve algısı açık göstermektedir.

1.3.3.5.Yüz Pudraları

Pudra; ciltteki parlamayı engellemek, pürüzsüz bir ten elde etmek, bazen de makyajı sonlandırmak ve sabitlemek için kullanılan kozmetik ürünlere denir (Sharma, Gadhiya ve Dhanawat, 2018, s. 33) Toz pudra ve sıkıştırılmış pudra olmak üzere 2 farklı tipte değerlendirilmektedir. Bu ürünler cilt tonunun eşit, pürüzsüz, daha canlı görünmesi amacıyla kullanılmaktadır. Bazen de yağlı ciltlerde mat görünüm elde etmek amacıyla kullanılabilir. Yüz pudraları “*talk*” (talcum) adı verilen maddeden yapılmaktadır. “*Talk*”, yarı saydam, yağ emici ve kokuları giderici bir yapıdadır. “*Talk*”; yüz pudralarının yanı sıra; ayak pudralarında, bebek pudralarında ve toz yapılı kozmetiklerin birçoğunda kullanılmaktadır (Ajayi ve Amin, 2021). Genel olarak kozmetik toz ürünler içeriğini oluşturan bileşimler bakımından benzerlik göstermektedir (Steiling, Almeida, Assaf-Vandecasteele, Gilpin, Kawamoto, O’Keeffe, Pappa, Rettinger, Rothe .ve Bowden, 2018, s. 9) Pudralar hafif

yapılı kozmetiklerdir. Genellikle kokusuzdur ve içerisinde bulunan maddelerden dolayı alerjik reaksiyon gösterme ihtimalleri yok denecek kadar azdır. Özellikle hassas ciltler için tercih edilebilir yapıdadır. Sıkıştırılmış pudraların toz pudralardan farkı, daha yoğun ve kapatıcılık oranının daha yüksek olmasıdır. Aynı zamanda cilt tonlarına göre üretilmiş farklı renkleri mevcuttur (Song, Hong, Han, Kim ve Park 2017). Kullanımının kolay olması, doğal bir değişim elde etmeye yaraması sebebi ile çoğu kadının makyaj çantasında bulunmaktadır.

1.3.3.6.Fondötenler

Ciltteki renk eşitsizliklerini, pigmentasyon rahatsızlıklarını, sivilce gibi oluşum ve bu oluşumların izlerini, kısacası; ciltteki kusurları kapatmak amacı ile kullanılan kozmetik ürünlere fondöten denilmektedir (Titretir-Duran, 2018). Krem fondötenler, sıvı fondötenler, jöle fondötenler ve kalıp fondötenler olmak üzere 4 farklı tipte değerlendirilmektedir. Bu fondötenlerin kullanımı; cilt tiplerine bağlı olarak, lekelerin görüntüsünün kapatılması amacıyla; sivilce, yara izlerinin ve renklerinin cilt tonu ile eşitlenmesi, cilde matlık veya parlaklık verilmesi amacıyla bu dört tipten uygun olanı tercih edilir.

Deri, insanların sağlığı hakkında bilgi vermektedir. Ciltte görünen kusurlar kişinin sağlığı ile ilgilidir. Sosyal varlık olan insanlar başkaları tarafından sağlıklı ve canlı görünmek istemektedir. Bu sebeple derideki kusurları örtmek amacı veya daha canlı görünmek, renk eşitliği sağlamak amacı ile fondöten kullanabilmektedir (Nishino, Nakamura, Matsumoto, Tanno ve Nakauchi, 2011).

1.3.4. Saça Uygulanan Kozmetik Preparatlar

Saç ve saçlı deriye uygulanarak; uygulandığı alana canlılık, temizlik, renk veren ve o alanı besleyen kozmetik ürünlere denir. Saça şekil veren ürünler, saç düzleştiren preparatlar, şampuanlar, saç boyaları, saç rengini açan ürünler, saçlara parlaklık verici ve saç şeklini koruyucu ürünler, saçları besleyici ürünler ve saç lakları olarak kendi içerisinde sınıflandırılmaktadır (Çomoğlu, 2012).

Saç kozmetiklerinin amacı; kiri temizlemek (hijyen), saç stilini iyileştirmek ve kütikülü korumak için (bakım), saç rengini veya şeklini değiştirmek (güzellik), tıbbi veya cerrahi tedaviye katkıda bulunmaktır (Guerra-Tapia ve Gonzalez-Guerra, 2014, s. 834)

1.3.5. Dişlere Ve Ağız Boşluğuna Uygulanan Kozmetik Preparatlar

Dişleri ve ağız boşluğunu temizleyen, kötü kokuyu önleyen, güzel koku veren kozmetik ürünlere denir. Diş patları ve diğer preparat şekilleri, takım dişlerin temizlenmesi için kullanılan preparatlar ve ağız suları olarak kendi içerisinde sınıflandırılmaktadır (Çomoğlu,2012). Bu preparatlar diş, diş eti, ağız ve dil mokozasının sağlığını korumak ve olan sağlığını devam ettirmek amacı ile kullanılan kozmetiklerdir. Bakım ve sağlık genel birer kavramdır, ağız ve eklerinin bakımı, sağlığı da kişisel bakımda önemlidir. Diş ve ağız bakımına dikkat edilmezse burada oluşan problemler kişinin sağlığını etkilemekle kalmayıp yaşam kalitesini düşürecektir (Satish, 2016).

1.3.6. Diğer kozmetik preparatlar

Ayağa uygulanan kozmetik preparatlar, bebek preparatları, banyo preparatları, vücut pudraları ve depilatuvarları içermektedir (Çomoğlu, 2012). Ayağa uygulanan kozmetikler, ayağa veya ayak tırnaklarına uygulanmaktadır. Ayak ve tırnak sağlığını korumak, görünümünü güzelleştirmek, kötü kokuyu engellemek amacıyla kullanılan ürünlere ayak kozmetikleri denir. Vücudun yükünü taşıyan, gün boyu bizi ayakta ve dengede tutan ayaklarımızın bakımı önem arz etmektedir. Saatlerce ayakkabının içinde oluşu, yanlış ayakkabı tercihi, yanlış çorap tercihi ve tırnakların yanlış biçimde kesilmesi ayak ve tırnak sağlığını olumsuz etkilemektedir. Bu olumsuzluklar ise tüm vücudu etkilemektedir. Nahoş durumların yaşanmaması adına ayak ve tırnak bakımına önem verilmesi gerekmektedir. Ayak ve tırnak sağlığı, kişisel bakım arasında yer almaktadır. Ayak ile ayak tırnakları bir bütündür ve sağlıklı, güzel bir görüntü elde etmek amacı ile ayak tırnakları renklendirilebilir. “Tırnakların görüntüsünü güzelleştirmek, renk vermek, renk eşitsizliklerini gizlemek için hazırlanan kozmetik ürünlere oje denilir. Ojeler, tırnak üzerinde şeffaf veya renkli sert, yapay bir tabaka oluşturur” (MEB, 2011, s. 4) Renk seçeneğinin fazla olması, kolay uygulanıp kolay çıkarılması, her bütçeye uygun ürünlerin bulunması tercih edilirliliğini artırmaktadır. Oje sadece tırnak boyası değil, aslında bir kombin tamamlayıcı olarak da kullanılmaktadır.

Banyo preparatları; vücudu kirden ve ölü deriden arındırmak, güzel koku vermek bu sayede olan sağlığını devam ettirmek amacı ile farklı formlarda üretilen kozmetik ürünlere denir. Tarihe baktığımızda banyo kültürünün insanlık kadar eski olduğu görülmektedir; ilk banyo olarak da nehirler ve göller literatüre geçmiştir. Modern banyonun tarihi ise yakın

tarihlere dayanmaktadır. Kişisel hijyene verilen önem ile birlikte banyo kozmetikleri geçmişten günümüze çok yol kat etmiştir (Gerçek, 2021, s. 43).

Derimizin yüzeyi görünen ve görünmeyen birçok kıl çeşidi ile kaplıdır. Bazı kıllar övünç kaynağı iken bazı kıllar toplumda rahatsız hissetmemize neden olmaktadır. Bu sebeple bazı kılları ön plana çıkarırken bazılarında kurtulmak istenmektedir. Depilatuvarlar; vücutta bulunan istenmeyen kılları yumuşatarak ve kimyasal olarak parçalanmasını sağlayarak uzaklaştıran kozmetik preparatlardır (Yazan, 2010, s. 146)

Bebeğin temizliğinin yapılmasında; deri, saç sağlığının korunmasında kullanılan preparatlara, bebek preparatları denir (Bayraktar-Alpman ve Gülhan, 1981, s. 1) Bebek preparatları günümüzde bebeği olan neredeyse herkes tarafından kullanılmaktadır. Bebeklerin derileri, yetişkinlerin derisinden daha hassas ve incedir. Özellikle bu preparatlar yeni doğan bebeğin baş, vücut, yüz, saç ve hatta poposu için üretilen özel ürünlerdir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÖZGÜVEN

Özgüven kavramı kişinin yaptığı işlerde, davranışlarda kendi özelliklerinin farkında olup kendine güvenmesi olarak tanımlanmaktadır. Kişinin kendine güvenmesi ve başkalarına güven vermesi arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Kendine güvenen kişi özelliklerinin farkında olduğundan dolayı kendinden emin olarak davranır ve bu da karşı tarafa güven vermektedir. İnsanın toplum içindeki yerini belirlemede önemli bir yere sahip olan özgüvenin nasıl oluştuğu ve özgüveni etkileyen faktörleri incelemek önem arz etmektedir. Bu bölümde özgüvenin temelini oluşturan öz (benlik) ve güven kavramları açıklandıktan sonra özgüven tanımlanarak, özgüveni etkileyen faktörler tartışılmıştır. Buna ek olarak iç ve dış özgüven kavramları da detaylı bir şekilde tartışılmıştır.

2.1. BENLİK (ÖZ)

İnsanlar yaşamlarında belirli kişilik özellikleri sergilemektedir. Yetişkinliğine kadar insan birçok farklı süreçlerden geçmektedir. Bu süreçlerdeki özne “ben” dir. Ben öznesi yapısında fiilen harekete geçen ben ile etkileşimde olunan suje “bana” kelimesini bulundurmaktadır (Kaya, 2021, s. 29) Benlik kişinin kendisi ile ilgili fiziksel hali, manevi durumu, yetenekleri, geçmişi ile ilgili düşünceleri kapsamaktadır (Doganova-Ekim, 2020, s. 21) Benlik; ben ile birlikte beni, bana, benim kelimelerini de kapsamaktadır. Benlik kişide var olan tüm nitelikleri belirler. Sosyal yaşantısında insanın olaylara verdiği tepki ve çözüm yolları benlik ile ilgilidir (Özgün, 1987, s. 4)

Benlik kavramını ilk olarak açıklayanlar arasında Wiliam James bulunmaktadır. Benlik özellikle psikoloji alanında tartışma sebebi olan kavramlardan biridir. James’ e göre kişinin kendini tanıtabileceği her şey benlik ile ilgili bilgiler verir (Özen ve Gülaçtı, 2010, s. 21) Benliğin oluşmasında normlar, kurallar, ebeveyn davranışları, yaşam biçimi gibi faktörler önemli rol oynamaktadır (Akçınar ve Özbek, 2017, s. 39) Benlik kavramı bireyde aile içinde oluşmaya başlasa da yaşamı boyunca zenginleşir. Öğretimin ilk yıllarında okuldan, öğretmenden, arkadaşlarından etkilenen benlik, öğrenim düzeyi arttıkça benlik kavramı kişinin yaşamını ve tercihine bağlı olarak biçimlenir (Özerkan, 2007, s. 41)

2.2. GÜVEN

Shaw (1997)' a göre güven; iletişim içinde olduğumuz insanların amacımıza ulaşmak için, yardımcı olmalarının yanı sıra amacımıza ulaşmaya engel olacak davranışlarda da bulunmayacaklarına olan inancımızdır. Güven; hareketin altında yatan, eyleme bizzat sebep olan psikolojik durumun nedenidir (Rousseau, Sitkin, Burt ve Camerer, 1998). Güven ve özgüven kavramları birbirinden farklı olsa da ikisi de birbirinden etkilenen kavramlardır. Sosyal varlık olan insan ilişkilerinde, günlük yaşantısında, alışverişlerde kısacası hayatın devamını sağlayacak tüm alanlarda güvene ihtiyaç duymaktadır. Tüm ilişkilerde güven esastır. Özellikle insanlara hizmet veren çalışanların, hizmet verdiği insanlara karşı güven vermeleri gerekmektedir. Güven verildiği takdirde hizmet alışverişi amacına ulaşmış olur. İşinde profesyonel olan, bilgi ve donanımına güvenen, iletişim kurmakta zorluk yaşamayan, kendini iyi hisseden insanlar özgüven açısından karşıdaki kişilere güven verir. Güven veren insanlar; davranışlarında istikrarlı, sıcak, nazik, işbirlikçi, deneyimli, bencil olmayan, güvenilir olma durumları ile dikkat çekmektedir (Eser, 2010).

2.3. ÖZGÜVEN

Türk Dil Kurumu'na göre özgüven "İnsanın kendine güvenme duygusu" olarak, güven ise "Korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Özgüven, öz ve güven kavramları ile yakından ilgilidir. Öz ise kişinin kendisi hakkındaki sahip olduğu bilgileri ve deneyimleri kapsamaktadır. Kişi doğduğu andan itibaren keşif ve etkileşim içerisinde. Bireyde özün oluşması aile içerisinde başlamaktadır. Aileden ve çevreden alınan dönütler kişinin özgüven durumunu etkilemektedir. Özgüven; kişinin kendine olan güveni, kendi yeterliliklerini ve yetersizliklerini bilmesi, her hali ile kendini kabul etmesidir. Özgüven; kişinin çevre tarafından beğenilme, olumlu olarak değerlendirilme, kendini kabul ettirme amacı ile çevresindeki kişilerle olan ilişkilerinde algılanma biçimlerine göre oluşan ve gelişen bir süreçtir (Ekinci, 2013). Özgüven; kişinin kendini gerçekleştirme, başkaları tarafından güvenilmeye layık olması, takdir görmeye değer olması, saygı görme ihtiyaçlarını karşılaması için önemlidir (Merey, 2010).

Özgüven eksikliği ise kişinin kendini bazı konularda veya birçok konuda yetersiz görmesi, kendi başına karar verememesi, başkalarının düşüncelerini kendi düşüncelerinden daha değerli ve üstün görmesi hissidir (Bakırcı, 2023). Özgüven; bireyden beklenen sonuçların, elde edilmesi için kendine duyduğu inanç dâhilinde gerektiği gibi davranabilmesini sağlar. Bir konu hakkında endişe duymak, soru sormaktan çekinmek, yeteneklerinden şüphe duymak özgüven eksikliği ile ilgilidir (Warsah ve Nashori, 2020, s. 3) Özgüven eksikliği bireyin konu ile ilgili

yeterliliğinden emin olmadığının göstergesidir. Özgüveni yüksek kişi ise eksiklerinin farkındadır, giderilebilecek eksikliklerini tamamlamak için çabalar, kabul eder (Kaya ve Taştan, 2020, s. 298)

Özgüveni etkileyen birçok etmen vardır. Bunlardan bazıları bireyin görünüşü, konuşması, cildi, ağız, kulak, göz, dudak, diş bölgelerindeki farklılıklardır. Bu etkenlerden biri de kişinin fiziksel görünüşü ve beden imajıdır. Cash (2004)'a göre beden imajı 'olumlu beden imajı' ve 'olumsuz beden imajı' olmak üzere iki çeşittir. Olumlu beden imajı; kişinin vücudundan, görünümünden, duruşundan memnun olması iken, olumsuz beden imajı; kişinin bedeninden memnun olmaması, bedeni ile ilgili çekincelerinin olmasıdır (Çetinkaya, Gülaçtı ve Çiftçi, 2019).

Özgüveni eksik olan kişi kendi kafasında başkalarının onun hakkında olumsuz konuştuğunu veya düşündüğünü kurgular. Bu durum depresyona dahi sebep olabilir. Yapılan bir araştırmada özgüveni eksik olanların depresyona yatkınlığı yüksek bulunmuştur (Orth ve Robins, 2013). Özgüveni düşük kişiler başkaları ile rahat iletişim kuramazlar, kendilerinden şüphe duyarlar (Günalp, 2007, s. 31-32) Özgüveni düşük insanlar girişken değildirler, ilgi görmek, sevmek ve sayılmak isteseler dahi alacakları olumsuz tepkileri düşünerek kendilerini kasarlar, sınırlandırır (Başoğlu, 2007, s. 35).

Bireyler topluma karışmak, uyum sağlamak, bilgi ve becerilerinden diğer insanların faydalanmasını sağlamak, paylaşmak, kabul görmek, sevmek, sevmek, saygı görmek ister. Bu istek cinsiyet ayrımı olmaksızın her bireyde mevcuttur. Bu duyguları ve davranışları harekete geçirmek bireyin özgüven durumuna bağlıdır.

Özgüveni yüksek kişi kendini çok iyi tanıyacağından olumlu ve olumsuz yönlerini de bilir. Olumlu yönlerini ön plana çıkarırken olumsuz ya da eksik gördüğü yönlerini geri plana iter. Kendini yeterli gördüğü alanda paylaşım yapmaktan, yetersiz gördüğü alanda ise yardım almaktan çekinmez. Konuşma ve özgüven arasındaki ilişkiyi anlamak için üniversite öğrencilerine yapılan bir araştırmada; öğrencilerin özgüvenli olduklarında konuşmaktan çekinmedikleri, fikirlerinin yanlış olma ihtimaline karşı dahi paylaştıkları, sınıftaki sosyal ve akademik ortama uyum sağladıkları, bilgi ve yeteneklerinden emin oldukları görülmüştür (Rifati, Maghfiroh, Fajrianiiii ve Arumsari, 2018). Özgüveni yüksek olan kişiler özgüveni düşük olan kişilere göre karşılaştıkları problemler ile başa çıkmada daha iyilerdir (Oney ve Oksuzoğlu-Guven). Aksaray Üniversitesi'nde 168 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmada; özgüven yüksekliğinin bireyin öz-yeterliliği ve akademik başarıya ilişkin motivasyonu da

yükselttiğini, özgüven düşüklüğünün akademik ve sportif başarıyı olumsuz etkilediği bulunmuştur (Şar, Avcu ve Işıklar, 2010). Özgüven yüksekliği ile akademik başarı, sportif faaliyetler, sosyalleşme, uyum doğru orantılıdır.

2.4. İÇ ÖZGÜVEN VE DIŞ ÖZGÜVEN

Lindenfield (2004)' e göre; özgüven kavramı ikiye ayrılmaktadır: İç özgüven ve dış özgüven. İç özgüven; bireyin kendini doğru tanıması, başarılı ve başarısız olduğu durumları bilmesi, her hali ile kendini sevmesi ve kabul etmesi demektir. Benlik saygısının da üçte birini oluşturan iç özgüven duygu ağırlıklı bir öz değerlendirmedir (Orth ve Robins, 2014). İç özgüvenin içerisinde, kendini sevmeye, kendini tanıma, kendine açık hedefler koyma ve pozitif düşünme kavramları yer alır (Karademir, 2015).

Dış özgüven ise; kişinin kendi özelliklerinin farkında olarak bunu sosyal yaşantısına aktarabilmesi, duygularını kontrol altına alabilmesi demektir (Akt: Dirik, 2016, s. 17) Dış özgüven kişinin kendisinden emin olarak; çevresine karşı kendini ifade etme, iletişim kurma, duygularını kontrol altına alma ve bu durumları davranışları ile de göstermesidir (Karademir, 2015). Dış özgüvenin içerisinde; iletişim, kendini ifade edebilme, duygularını kontrol edebilme kavramları yer alır (Lindenfield, 1997). (Akt: Sayışman, 2018). Quraishi (2019)' ye göre dış özgüven; bireyin kamusal bağlamda sergilediği güven ipuçlarıyla ilgilidir. Bu bağlamsal ipuçları arasında duygulanım, harekete geçme, sözsüz iletişim, sözlü iletişim, bağımsızlık ve kararlılık yer alır. Duygulanım, bireyin bir durumda ne kadar iyimser veya rahat görüldüğüyle tasvir edilir. Dış özgüven, harekete geçme, inisiyatif işaretleri ve bireyin bir görevi tamamlamak için ne kadar istekli olduğu ile ilişkilidir.

Sağlıklı sosyal bir bireyde, hem iç özgüven hem dış özgüven kavramlarının önemi büyüktür. İnsanlar iç özgüven ile kendilerine dair pozitif tutum sergilerken, dış özgüven ile bu tutumun çevresindekiler tarafından da algılanması gerekmektedir (Quraishi, 2019). Pozitif tutum sergileme, özgüvenin temelidir. Herhangi bir duruma olan negatif düşünceler, o duruma dair iş yapma kapasitesini düşürmektedir (Lindenfield, 2004).

2.5. ÖZSAYGI (BENLİK SAYGISI)

Benlik saygısı (özsaygı) ilk olarak William James (1890) tarafından, kişilerin yaşamlarındaki önemli hedefleri tutarlı bir şekilde gerçekleştirdiklerinde veya ulaştıklarında bireyin hissettiği olumlu duygu olarak tanımlanmaktadır. Benlik saygısı kavram olarak çağdaş yaşamımızın her alanında bulunmaktadır. Okullarda, iş yerlerinde, müzik dinletilerinde, spor etkinliklerinde benlik saygısı başarı için kritik bir durumdur. Bu sebeple benlik saygısının

yükseltilmesi, düşük benlik saygısının önlenmesi, toplumdaki özsaygı düzeyinin artırılması toplumsal algımız olmalıdır. Özsaygı düzeyini etkileyebilecek kavramlardan biri yaştır. Yapılan bir araştırmada ergenlikten orta yaşa kadar özsaygıda artış, orta yaştan yaşlılığa kadar ise özsaygıda azalma tespit edilmiştir (Orth ve Robins, 2014). Bu durum kendini fark etme, fiziksel olarak kendini beğenme, gücünün farkında olmaya bağlı olabilir.

İnsanlar sosyal yaşamda her yönden kabul görmek ve onaylanmak ister. Bazen herhangi bir durum kişinin düşündüğünün aksi şeklinde sonuçlanabilir. Olumsuz sonuçlanan olaylarda bireyde özsaygı düzeyi yüksek ise birey bu olumsuzluktan çok fazla etkilenmez veya en az derecede etkilenir. Özsaygı düzeyi düşük ise birey bu olumsuz olaydan etkilenir ve özsaygısını daha da yitirir (Zeigler- Hill, 2013, s.17)

Benlik saygısına kendilik değeri, benlik değeri de denilmektedir. Kendilik değeri, bireyin kendine olan sevgisi, sosyal yaşantıdaki uyumun ölçüsü, kendine verdiği değerin ölçüsü ile alakalıdır (Sevim ve Artan, 2021). Benlik saygısı iddia edilen başarı ve var olan başarı arasındaki oran ile ölçülmektedir (James, 1950, s. 193) Her insan kendini kendi içinde değerlendirir. Görüntüsü, konuşması, bilgisi, becerisi gibi birçok özelliği bu değerlendirmenin içine girebilir. Birey bazen durumunun farkında olur, eksikleri ve artıları ile her yönünün farkındadır. Bazen kendini olduğu durumdan daha yüksekte görür, bazen ise olduğu durumdan kendini daha aşağıda görür. Bu duygu durumlarının bireyde olumlu ve olumsuz bazen de negatif etkileri olabilmektedir (Rhodewalt ve Petersan, 2008, s. 61)

Düşük benlik saygısına sahip olan kişi kendine karşı çok acımasızdır. Kendi yeterliliklerinin farkında değildir, olan becerisini, bilgisini ve sosyal statüsünü yetersiz ya da eksik görür. Bu durumun diğer insanlar tarafından da öyle göründüğüne kendini inandırır. Başkalarının fikirleri düşük benlik saygısına sahip olan bireylerin düşüncelerinden daha değerlidir. Bu kişiler karşılaştıkları sorunları çözmeye problem yaşamaktadırlar. Düşük benlik saygısı problem çözenin önünde bir engel oluşturmaktadır (Yıldız, 2012, s. 46)

Yüksek benlik saygısına sahip olan kişi kendi yeteneklerinin, özelliklerinin, maneviyatının, fiziksel durumunun farkındadır. Kendinden daha geride olanlara bakarak kendini mutlu etmeyi başarır. Her zaman kendi fikirlerini önemser, bir problemi çözebilmek için başkasının desteğine ve ya onayına ihtiyaç duymaz (Sayışman, 2018).

Birey belli bir yaştan sonra çevresindekileri eleştirir ve bir başkaları tarafından da kendinin eleştirildiğini bilir. Benlik saygısının öneminin farkında olan birey kendinin eleştirildiğini bildiğinden kendinde gerekirse güncelleme yapar. Birçok araştırma benlik saygısının çocukluk dönemlerinde aile içerisinde oluştuğunu göstermiştir. Ebeveynlerin çocuklarına karşı sergiledikleri tutumlar onları yeterli veya yetersiz hissettirmekte ve bu durum uygun bir şekilde

yapılmaz ise çocuğun yetişkinliğinde düşük benlik saygısına ya da olması gerekenden daha fazla yüksek benlik saygısına sebep olabilmektedir (Plummer, 2001, s. 16)

Al-Samydai, Hajleh, Othman, Marie, Altatar, Taher, Hamdan, Alharairy, Yousif, ve Al-Samydai (2021) tarafından yapılan kapsamlı bir araştırma; 15 yaş ve üzeri, 606 kadın katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma; makyaj kozmetikleri kullanımının kadınların öz benlik, sosyal etkileşim, fiziksel çekicilik ve özsaygıya etkisi üzerinedir. Sonuç olarak makyaj yapan kadınların yapmayanlara göre kendilerini daha rahat, dışa dönük, özgüvenli, daha özgür hissettikleri ve beraberinde özsaygılarının, sosyal etkileşimlerinin de yüksek olduğu bulunmuştur. Palumbo, Fairfield, Mammarella ve Di Domenico (2017) tarafından yapılan araştırma makyaj kullanımının benlik saygısını artırdığı ve olumlu ruh halinden dolayı makyaj yapmayanlara göre derslerinden daha yüksek not aldıkları ortaya çıkmıştır. Brinegar ve Weddle (2014) tarafından yapılan araştırmada makyaj kozmetiklerinin kullanımı ile fiziksel benlik saygısı, sosyal benlik saygısı pozitif bir korelasyon olduğu bulunmuştur.

2.6.ÖZGÜVEN OLUŞUMUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER

İnsan; mutlu olmak, bildiklerini paylaşmak, bilmediklerini öğrenmek, kendini kanıtlamak isteyen bir varlıktır. Birey dünyaya gelmeden, daha anne karnında iken duydukları ile iletişime geçmeye hazırdır (Aytekin, 2018). Dünyaya gelmesiyle diğer duyu organları da işin içine girer ve insan büyüdükçe iletişimi artar. Özellikle aile içindeki tutumlar, okul dönemindeki yaşantılar, iş hayatındaki gelişmeler insanın özgüveninin oluşumu üzerinde etkilere yol açar. Bu etkiler bazı durumlarda olumlu iken bazı durumlarda olumsuz olarak karşımıza çıkmaktadır. Özgüveni etkileyen faktörler farklı çalışma alanlarındaki araştırmacılar tarafından farklı açılardan ele alınmıştır. Örneğin, ergenlerin özgüven düzeyi ile psikolojik iyi olma durumu arasındaki ilişki (Bilgin, 2011), özgüven ile dini tutum arasındaki ilişki (Sarıçam ve Güven, 2012), özgüven ile spor performansı arasındaki ilişki (Feltz, 1988), kadınlarda özgüven ve ikna kabiliyeti arasındaki ilişki (Cox ve Bauer, 1964), zeka ile özgüven arasındaki ilişki (Upadhyay, Talwar, Tiwari ve Guiral, 2020) ve plastik cerrahi ile özgüven ilişkisi (Foustanos, Pantazi ve Zavrides, 2007) çalışılmış konulardan bazılarıdır. Bu çerçevede özgüvenin oluşumunu etkileyen faktörlerden önemli olanları aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

2.6.1. Ebeveyn Tutumları

Bireyin ilk sosyal alanı olan aile ortamı, içerisinde hayata dair birçok bilgi barındırır. Aile içindeki zorlu günler, güzel günler, yaşanan her an, anne ve babanın tutumuna bağlı olarak çocuğun dikkatini çeker. Olaylara ve insanlara karşı verilen tepkiler, aile yaşantısının olağan durumu bireyler kişiliklerinin oluşumunda etkilidir. Bu etkilerden biri de özgüven oluşumudur. Baumrind (1967)'e göre; üç farklı ebeveynlik stili mevcuttur. Bunlardan ilki; otoriter anne-babadır ki, çocuklarını sürekli yönetme, kontrol altında tutma, hoşlanmayacakları sonuçlarda ceza uygulama ile süreci yönetmeye çalışırlar. İkincisi; demokratik anne-babadır. Bu stil, gerektiğinde müdahalede bulunur, duyarlıdır ve sevgiye değer verir. Üçüncüsü ise; izin verici anne-babalardır. Onların tutumu aşırı hoşgörü, aşırı özgürlüktür. Bu da yanında ihmâli getirebilmektedir (Çakırlı, 2017, s. 55). Baumrid (1991), çalışmasında ihmâlkâr ebeveyn stilini, dördüncü stil olarak ebeveynlik stillerine eklemiştir. Bu ebeveynlerin özellikleri kontrolcü ve talepkâr değildir ancak çocuk yetiştirme sorumluluklarını reddederler. Bu stillerin her biri, aile içerisinde yaşayan bireyler için çok önemlidir. Yetişkinliğe kadar edinilen çoğu karakteristik özellikler aile yaşantısı içerisinde oluşmaktadır. Bireyde oluşan özelliklerin mimarı aslında anne-babanın aile içindeki tutumlarıdır. Çocuk, davranışların birçoğunu doğru veya yanlış ayırımı yapmaksızın örnek alır (Sağat, 2016, s. 2) Birey yaşamı boyunca da öğrendiği birçok şeyi bilinçli ya da bilinçsiz olarak kullanır.

Sağat (2016) çalışmasında anne baba tutumlarını 7 başlık altında incelemiştir. Bunlar; baskıcı ve otoriter tutum, aşırı koruyucu tutum, izin verici (gevşek) tutum, tutarsız (dengesiz ve kararsız) tutum, mükemmeliyetçi tutum, reddedici tutum, demokratik tutum şeklinde sıralanmaktadır.

Baskıcı ve otoriter tutum; ebeveynlerin isteklerini ve kararlarını baskı yolu ile yaptırdığı, otoriteyi; eleştirme, suçlama, sürekli karışma yöntemi ile kurmaya çalıştığı tutuma denir. Bu tutum sonucu, çocuğun özgüven düzeyinde azalma meydana gelir (Özdemir, 2019). Aşırı koruyucu tutum; çocuğun davranışlarının anne baba tarafından kısıtlanması, etrafında aşırı kalkan oluşturması, çocukta fiziksel rahatlatmanın abartılması ile cereyan eden tutum şeklidir (Çırpan-Kantarcıoğlu ve Evim-Sezgin, 2018). Çocuk; anne ve babadan aldığı fazlaca imtiyazlar ile şımarık bir yapıya bürünebilir (Uykan ve Akkaynak, 2019). Günalp (2007) tarafından yapılan araştırmada baskıcı, otoriter tutum ile aşırı koruyucu tutuma maruz kalan çocukların özgüven duygusunun gelişimi arasında negatif bir korelasyon bulunmuştur. Diğer bir ifade ile bu tarz tutumlar çocukların özgüvenini olumsuz yönde etkilemektedir.

Demokratik tutum; ebeveynlerin çocuklarını bir birey olarak gördükleri, özerk ve bağımsız olmaları için destekledikleri, çocuklarına saygı ve hoşgöründe buldukları tutumdur. Anne ve babalar; çocuklarının beslenme barınma gibi ihtiyaçlarının yanı sıra; sevme, sevilme, onaylanma, saygı görme gibi manevi ihtiyaçlarını da önemserler. Çocuklarına değer verirler ve onların özerk ve bağımsız bir birey olmalarına destek olurlar. Ailede demokratik tutum arttıkça, çocuğun özgüven düzeyinde de artış meydana gelmektedir (Sağat, 2016; Bilgin, 2011). Taşdan (2020)'ın yapmış olduğu çalışmada da demokratik tutumu tercih eden ebeveynlerin çocuklarının özgüven düzeylerinin, aşırı koruyucu ve otoriter tutumu tercih eden ebeveynlerin çocuklarının özgüven düzeyinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

İzin verici (gevşek) tutum; anne babaların fazlaca iyimser olduğu, aşırı hoşgörülü ve anlayışlı davranışlar sergileyen tutuma denir. Tutarsız (dengesiz ve kararsız) tutum; anne ve babanın aynı fikirde olmadığı, çocuğun hangisinin kararlarına yönelik hareket edeceği konusunda kararsız kaldığı, anne baba tutumudur. Annenin çocuk için koyduğu kurallara baba karşı çıkar, babanın çocuk için koyduğu kurallara anne karşı çıkar, sonuç olarak çocuk yaşamında kararsızlıklarla savaşır hale gelir (Naz, 2023). Şenol ve Karaca (2020) yaptığı çalışmada izin verici tutum ile özgüven arasında yapılan bir araştırmaya rastlamamış olup, sosyal ve problem davranışlar ile ilgili çalışmalara değinmişlerdir. İzin verici tutum sergileyen ebeveynlerin çocuklarının, daha çok olumsuz sosyal davranış içerisinde bulunarak benlik kavramı üzerinde negatif yönlü etki oluşturabileceğine dikkat çekmişlerdir. Tutarsız tutum içerisinde olan ebeveynlerin ise çocukları ile aralarında güvenli bağlanma konusunda sorunlar yaşanabileceğini belirtmişlerdir ki bunun sonucunda da özgüven problemi beraberinde gelecektir.

2.6.2. Okul ve Öğretmen

İnsanlar eğitim öğretim hayatına küçük yaşlardan itibaren başlar ve bu süreç uzun yıllar alır. Yaklaşık olarak 6 yaşında okul öncesi döneminde olan öğrenci 16-17 yaşlarına kadar Milli Eğitim okullarında öğrenim görmeye devam eder. Lise döneminden sonra dilerse ve başarılı olursa üniversitede öğrenim görmeye ve sonrasında da lisansüstü eğitimlerine devam eder. Kısacası insanların eğitim öğretim konusundaki tercihleri istenirse koca bir ömre yayılmaktadır. Özellikle okul öncesi, ilköğretim ve ortaöğretim dikkate alınırsa öğrenciler en az 17 yaşına kadar okuldadırlar. Buna 4 yıllık bir üniversite eğitimini de dâhil edilirse 21 yaşına kadar eğitimin devam ettiği söylenebilir. Eğitim ailede başlasa da uzun bir zamana yayılan okul

yaşantısının da öğrencinin karakteri, başarısı ve özgüveni üzerinde önemli derecede etkisi söz konusudur. Okul dönemlerinde öğrenci evde geçirmiş olduğu zamandan daha fazlasını okulda geçirmektedir. Dolayısıyla öğrenciler okulda bulunan sınıf arkadaşları, öğretmenleri, üst ve alt sınıf öğrencileri, okul çalışanları ve okul yöneticileri ile uzun zaman geçirmekte ve bunlardan etkilenmektedir. Okul içerisindeki bu etkileşimler öğrencinin özgüven oluşumu üzerinde olumlu veya olumsuz etkiye sahip olabilmektedir. Özellikle öğretmen öğrencilerin okul saatleri içerisinde derslerinden sorumlu, öğrenciye örnek teşkil eden, öğrencinin olumlu davranışlarını pekiştirip, yanlış davranışlarını söndürmesine yardım edecek, rehber kişi olarak değerlendirilebilir. Öğretmen öğrencilerin özgüvenini destekleyip besleyerek, öğrenme motivasyonunu artırarak veya tam tersi bir etkiyle mesleki gelişimlerini etkilemektedir. Yapılan çalışmalarda öğretmen ve öğrencilerin özgüveni arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Al Nasserı, Renganathan, Al Nasserı ve Al Balushi, 2014, s. 170) Diğer yandan Ekinci (2013) tarafından, müzik öğretmenleri adaylarının özgüvenlerine yönelik yapılan bir araştırmada ise öğrencilerin solo sahne performansına ilişkin özgüven algılarının gelişmesinde öğretim elamanlarının yeterince etkili olmadığı sonucuna varılmıştır.

2.6.3. Akademik Başarı

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde başarı: “*Başarma işi, muvaffakiyet*” olarak, akademik ise “*Akademi ile ilgili olan, bilimsel olan*” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2023). Ateş (2020)’e göre akademik başarı, öğrencilerin okul öncesinden üniversite dönemine kadar almış oldukları eğitim hayatları boyunca hedeflerine ulaşma derecesidir. Birçok araştırmacı özgüven ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Al-Hebaish (2012) yaptığı çalışmada okul başarısı ve özgüven arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur. Öğrencilerin özgüvenlerinin yüksek olması okuldaki başarılarını artırmaktadır. Ateş (2020) tarafından yapılan çalışmanın sonucuna göre özgüven arttıkça akademik başarının da arttığı yönündedir. Humphreys (2002) yaptığı bir çalışmada; okulda verilen derslerde öğrenmede sorun yaşayan öğrencilerin aslında özgüvenlerinin düşük olduğunu, özgüvenlerinin geliştirilmesi halinde başarılarının artacağını belirtmiştir. Ezmeci ve Dilekmen (2016) tarafından yapılan araştırmada ise öğrencilik döneminde okul öncesi eğitim alan öğrencilerin, okul öncesi eğitim almayan öğrencilere göre özgüvenlerinin anlamlı düzeyde yüksek olduğunu belirtmiştir. Burada Humphreys (2002) tarafından yapılan araştırma özgüven durumunun akademik başarı üzerindeki etkisi ön planda iken Ezmeci ve Dilekmen (2016) tarafından yapılan araştırmada

akademik başarının, özgüvene etkisi ön plandadır. Bunlara benzer çalışmalar; özgüven mi başarıyı etkiler yoksa başarı mı özgüveni etkiler sorularına da cevap aramaktadır. Yapılan çalışmalar sonucunda her iki faktörün de birbirini doğru orantılı olarak etkilemekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.6.4. Boşanma

Nikâh akdi ile yaşamlarını birleştiren çiftlerin, bazı durumlara uyum sağlayamamaları ile birlikte nikah akdinin bozulmasına boşanma denilmektedir (Can ve Aksu, 2016). Bireylerde evlenmenin hak olduğu kadar boşanma da haktır. Boşanma hem kadın hem erkek için zor bir süreçtir fakat ülkemizde kadın ve erkeğin eşit olmasına rağmen, toplum tarafından boşanmış kadınlara bakış açısı hoş değildir. Özellikle boşanmış kadınlar dul kadın olarak etiketlenmekte ve hemcinsleri tarafından bir tehdit olarak görülmektedir. Kadınlar boşandıktan sonra, parasal yönden, yaşam alanı bulma yönünden, sosyal çevre baskısı yönünden erkeklere göre daha çok etkilenmektedir ve zorluk yaşamaktadır (Aktaş, 2011, s. 103) Yaşanılan bu ve benzer birçok sıkıntılı durumlar kadınların özgüvenlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Olumsuz olarak kadın yaşantısını zorlayan ve sekteye uğratan fiziksel ve manevi durumlar düzeldikçe kadının özgüveni yerine gelecektir (Aşkın ve Aşkın, 2017, s. 14)

2.6.5. Fiziksel Görünüm

Çocukluktan ölüncüye kadar insanlar fiziksel görünüme dikkat etmektedir. Vücut orantısı, yüzün orantısı, kaş ve kirpik durumu, saçların durumu, makyaj kozmetiklerinin kullanımı bireylerin birbirinin dikkatini çekmektedir. Bununla birlikte özellikle sosyalleşecekleri zamanlarda kıyafetlerinin uyumlu olması, vücutlarında beğenmedikleri yerlerin gizlenmesi, saçlarının ve makyajının giyimine uygun olması, ayakkabı tercihinin uyumu bozmaması kişi için önemlidir. Birçok insan diğer bireylere estetik görünme çabasının olmadığını söylese de yapılan araştırmalar bu durumun tersini göstermektedir. Özellikle bireylerin ergenlik döneminde, bireylerin görünümündeki değişiklikler hızlı gelişmektedir. Bu dönemde ergen kendini fiziki olarak sürekli birileri ile kıyaslar. Kıyasladıklarından kendi nazarında daha iyi ise özgüveni olumlu yönde gelişir, durum tam tersi olduğunda ise özgüveni zedelenir (Ceylan, 2017, s. 49) Çocukluk ve ergenlik döneminde çekici görünmek özgüveni

artırmak için önemli bir faktördür (Toros, Özge ve Bayramkaya, 2009). Bilgin (2011) çalışmasında düşük özgüvene sahip kişilerin genellikle fiziksel olarak kendini beğenmeyen, kendini çekici bulmayan bireyler olduğunu belirtmiştir.

Guéguen ve Jacob (2011) tarafından yapılan çalışma ise; garsonlarda makyaj kullanımının bahşişe etkisi ve aralarında anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Bu araştırma yalnızca erkek müşterilerin, makyajlı garsonlara bahşiş davranışını artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Bu davranış sonucunda garsonlarda özgüvende artış meydana gelmiştir. Kaushik vd. (2019), tarafından yapılan araştırma ise; çekici görünümlü kadınların evlenme ve yüksek mevki sahibi insanlar tarafından tercih edilme olasılıkları çekici görünmeyenlere göre daha fazladır. Kadınlar çekici göründüklerinde ve bu yönde dönüt aldıklarında özgüven düzeylerinde artış meydana gelmektedir.

Fiziksel görünüm denilince akla gelen konulardan olan kişinin kilo durumudur. Bireylerin kilosu ise özgüveni etkileyebilecek hususlar arasındadır. Özellikle kadınlar bir araya geldiklerinde en çok konuştukları detay kiloları, neden kilo aldıkları, nasıl kilo verdikleri gibi söylemleridir. Özellikle kilonun kontrolde tutulmasını ya da kişinin istediği kiloya ulaşmasını istemese bir yandan da kendi kendine diyet durumuna girmesine de neden olmaktadır. Diyet ve beden imgesi ilişkisi ve bu ilişkinin özgüvene etkisi araştırmacılar tarafından çalışılmıştır. Fazla kilolu ve obez olan çocukların yaşlıları tarafından olumsuz niteliklerle tanımlanmasının sonucu olarak özgüven düzeylerinin normal ağırlıktaki yaşlılarına göre daha düşük olduğu bulunmuştur (Esin ve Şanlıer, 2012). Ergenlik dönemi bireyleri üzerine yapılan çalışmada kilo almak (%18,3) ve kilo vermek isteyen (%18,7) erkeklerin oranları birbirine yakın çıkarken; kadınların % 43' ü daha zayıf olmak istediklerini belirtmiştir. (Canpolat, Orsel, Akdemir ve Ozbay, 2005). Buna göre kadınların beden ağırlıkları algılarının erkeklere göre daha hassas olduğu söylenebilir. Bu çerçevede yapılan bir çalışmada Dedeoğlu ve Savaşçı (2005) kadınlarda ideal bir bedene sahip olmanın özgüveni artırdığı yönünde bulgular elde etmiştir.

Vücutta en çok kullanılan, iletişim kurmayı sağlayan, duygu ve düşünceleri aktarmaya yarayan ağız ve dişlerin durumu bazı insanlarda konuşmak istememe, gülmek istememe sebebidir. Bazı insanlar ise dişlerinden, gülüşünden emindir ve bunu kullanır. Malkinson, Waldrop, Gunsolley ve Lanning (2013) tarafından yapılan çalışmada ağız içi ve diş görünümüne yapılan bazı estetik müdahalelerin çekiciliğe ve özgüvene katkı sağlayarak iletişimi artırdığı yönündedir. Diğer bir çalışmada ise estetik kaygının arttıkça özgüvenin azaldığı ama ağız sağlığı arttıkça özgüvenin ve benlik saygısının arttığı tespit edilmiştir (Militi, Sicari, Portelli, Merlo, Terranova, Frisone ve Settineri, 2021). Bundan dolayı diş estetiğinin sosyal yaşantıda yeri önemlidir.

Yüzün özellikleri, görünümü, oranı, orantısı; benlik algısı, benlik saygısı ve özgüven üzerinde önemli rol oynadığı görülmektedir. Bu çerçevede fiziksel görünüşü etkilemesi açısından makyaj kozmetiklerinin özgüvene etkisi önemli bir araştırma alanı olarak kapsamlı bir şekilde farklı ülkelerde araştırılmıştır. Bu araştırmalardan biri makyaj kullanımının psikolojik ve sosyolojik etkileri üzerinedir. Araştırma farklı yaşlardaki ve eğitim düzeylerinde rastgele seçilen 606 kadın üzerinde yapılmıştır. Makyaj kullanımının çekicilik, özsaygı, sosyal etkileşim üzerinde anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca eğitim düzeyi, medeni durum, aylık maaş ve gelir kaynakları makyaj kullanımını olumlu yönde etkilemektedir (Al-Samydai vd., 2021). Diğer bir araştırmada ise makyaj kozmetiklerinin kullanımının özgüveni yükselttiği ancak, kozmetiği abartılı kullananlara ise çevre tarafından hoş gözle bakılmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Kaushik vd., 2019).

2.7. AKRAN İLİŞKİLERİ

Türk Dili Kurumu'na göre akran: “Yaş, meslek, toplumsal durum vb. bakımından birbirine eşit olanlardan her biri, boydaş, böğür, taydaş, öğür” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2023). İnsanlar yaşamları boyunca mutluluklarını, hüznelerini, rahatsızlıklarını bir diğer kişi ile paylaşma ihtiyacı duyar. Bu ihtiyaç daha çok kendi yaşlıları ile en yakın çevreleri ile olmaktadır. Akran ilişkilerinin olumlu yanları kadar olumsuz yanları da bulunmaktadır. Bunlardan günümüzde en rahatsız edici olanı akran zorbalığıdır. Akran zorbalığı; gücünün farkında olan bir öğrencinin, kendinden daha güçsüz gördüğü öğrenciye fiziksel ve manevi boyutta zarar vermesidir (Olweus, 1993). Çölmekçi (2022)' ye göre bir veya birden fazla kişinin kendinden daha güçsüz gördüğü kişi veya kişilere bilerek, isteyerek ve bu durumun farkında olarak, herhangi bir nedeni bulunmaksızın zarar vermesidir. Bu konu ile ilgili yapılan bir araştırmada zorbalık yapan öğrencilerin özgüvenlerinin zorbalığa uğrayan öğrencilerin özgüvenlerinden yüksek olduğu yönündedir (Kılıç ve Kılıç, 2013). Plecha (2002) tarafından öğrencilere yapılan bir araştırmada akran ilişkileri ile akademik özgüven arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Akranları ile sosyal becerilere sahip öğrenciler, kalkıştıkları işlerde başarıya ulaşacaklar, zorluklarla başa çıkabilecekler, kolaylıkla pes etmeyeceklerdir. Akran ilişkilerine dayalı sosyal beceriler ne kadar düşük ise özgüven de o kadar düşük olacaktır. Agustanti ve Astuti (2022)'nin yatılı lise öğrencilerine yaptığı çalışma da Plecha (2002)'yi desteklemektedir.

2.8. MAKYAJ KOZMETİKLERİNİN ETKİLERİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Kozmetik ürünler hem erkekler için hem kadınlar için üretilmektedir. Ancak, geçmişten günümüze kozmetik ürün kullanımı daha çok kadınlara empoze edilmiştir. Kadınlar elmacık kemiklerini belirginleştirmek, burnu küçültmek, yüzü aydınlatmak, gözleri ve kaşları belirginleştirerek yüzdeki ifadeye canlılık katmak en çok kullanılan değişiklikler arasındadır. Buna sebep olan durumlar basit gibi görünse de aslında görüldüğünün aksine daha ciddidir. Kadınlar toplumda fiziksel ve yüz özellikleri ile irdelenmiş, güzel olmak zorunda bırakılmışlardır. Buna en büyük etken geçmiş yıllarda kadınların çalışma hayatının kısıtlı oluşudur. Kadın evlilik çağına geldiğinde dikkat çekmelidir. Huyu kadar yüzü ve fiziği de güzel olmalıdır. Kendi ihtiyaçlarını giderebilecek ailesi olacak bir eş tarafından seçilip hayatına devam etmelidir. Evlilik ile alakalı görüşlerimiz geçmiş kültürümüzde baskın olduğu için kadınlar dikkat çekme, beğenilme, tercih edilir olma peşine daha çok düşmüşlerdir. Toplum algısı olarak da kadınlar kaşı, gözü, saçı ile değerlendirilmelere maruz kalmışlardır. Modern çağda kadınların bu gibi sebeplerle kozmetik kullanımı azalmış olsa da kadınların kendilerini motive etmek, genç görünmek, takdir görmek, özgüvenlerini artırmak gibi sebeplerle makyaj kozmetikleri kullanımı artış göstermektedir.

Bu çerçevede kadınların makyaj yapmalarının nedenleri ve sonuçları üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalara; kadınların cezbedici olmak ve rekabet etmek amacıyla makyaj kullanımı (Mafra, Varella, Defelipe, Anchieta, Almeida ve Valentova, 2020), iş yerinde makyaj kullanımının etkileri (Dellinger ve Williams, 1997), makyaj yapma ile benlik arasındaki ilişki (McCabe, Waal Malefyt ve Fabri, 2020) ve makyaj kozmetiklerinin yaşam kalitesi üzerine etkisi (Peuvrel, Quéreux, Brocard, Saint-Jean, Vallet, Mère, Labetoulle, Le Fol ve Dréno, 2012) örnek olarak gösterilebilir. Peuvrel vd. (2012), tarafından yapılan araştırmada cilt görünümünde ve sağlığında problem yaşayan 86 hasta 24 aylık bir süre boyunca düzeltici makyaj kursuna dahil edilmiştir. Hastaların birinci ayın sonundan itibaren yaşam kalitesinde iyileşme olduğu tespit edilmiştir.

Uluslararası literatürde makyaj kozmetiklerini kullanmanın kadınların özgüveni üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar olmasına rağmen Türkiye’de bu tür bir araştırmaya rastlanamamıştır. Bu tezin konusu ile doğrudan ilgili olması nedeniyle uluslararası literatürde makyaj kozmetiklerinin kullanımının kadınların özgüveni üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar daha detaylı bir şekilde aşağıda incelenmiştir.

New England'da yapılan bir araştırmada kozmetik endüstrisinin üniversite öğrencileri üzerindeki etkisi 137 kişi ile yapıla anket çalışması yardımıyla incelenmiştir. Bu çerçevede üniversitede okuyan kadınların makyaj kozmetikleri kullanım durumları, kozmetik şirketlerinin ve medyanın kadınların güzellik algıları ve kendi beden algıları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bunun yanında makyaj kullanımı ve beden algısının üniversitede okuyan kadınların özsaygısı ve özgüveni üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu irdelenmiştir. Bu amaçlarla ABD'nin New England bölgesinde yaşayan 137 üniversite öğrencisine Texas Sosyal Davranış Ölçeği ve makyaj kullanımı ile ilgili anket uygulanmıştır. Bu çalışmanın sonucunda üniversite öğrencilerinin önemli ölçüde makyaj kullandığı ancak farklı durumlar için farklı makyaj uygulama olasılıklarının daha düşük olduğu ve makyaj için kısıtlı bir zaman harcadıkları bulunmuştur. Bunun yanında çalışma kadınların özgüvenleri ve özsaygıları ile kozmetik kullanımı arasında bir ilişki bulunamamıştır. Ancak bu çalışmada kullanılan örneklem üniversite öğrencilerini içerdiğinden dolayı, üniversiteye giden öğrencilerin diğer kadınlara göre özgüvenlerinin daha yüksek olabileceği bundan dolayı makyaj yapma ile özgüven arasında bir ilişki bulunamamış olabilir (Britton, 2012).

Kadınların kozmetik kullanması sadece özgüvenlerini artırmakla kalmamıştır. Kendilerini güzelleştirerek, bakımlarına dikkat ederek daha güvenilir görünmelerine de etki etmiştir. Bunu bazen de savunma oluşturmak için yapmışlardır. İnsanlar iletişime geçmeden önce her zaman karşısındakini fiziksel olarak değerlendirmektedir. Kendine bakan ve güzel olan kadın her zaman birçok konuda diğer kadınlara göre öndedir. Daha çok güven verir, daha çalışkan görünür, tartışmalarda dahi haklı çıkma olasılığı yüksektir.

Kennesaw Eyalet Üniversitesi'nde yapılan bir araştırma makyaj yapmanın kadınlar üzerindeki fiziksel ve psikolojik etkileri araştırılmıştır. Bu çerçevede makyaj yaparak kadının dış görünüşünü değiştirmesinin kadının kendi benliğine verdiği değeri etkileyip etkilemediğini ortaya konulmaya çalışılmıştır. Diğer bir ifade ile kadınların makyaj yapmasının özgüvenleri üzerinde etkisi olup olmadığı incelenmiştir. 116 kadına anket uygulanmıştır. Anket sonucunda kadınların iş görüşmelerinde, işyerinde, erkek arkadaşlarıyla buluşmalarında ve arkadaşlarıyla toplandıkları zaman makyaj kullanımını önemsedikleri ama günlük işlerini yaparken makyaj yapmanın önemli görmedikleri bulunmuştur. Yapılan analiz sonuçlarına göre ise makyaj kullanımının kadınlarda özgüveni artırdığı bulunmuştur. Bazı kadınlar özgüvenini artırmak için makyaj yaparken bazıları da bir savunma oluşturmak için bunu yapmaktadır (Morrow, 2017).

Diğer bir çalışmada ise Hannover Koleji'ndeki yaşları 18-22 aralığında olan beyaz 32 öğrenci ile anket yapılarak makyaj kullanımının benlik saygısına ve özgüvene etkisi incelenmiştir. Çalışmada makyaj kullanan ve kullanmayanlar arasında özgüven durumu bakımından farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu temel amacın yanında kadınları makyajı yapmaya iten sebepler de incelenmiştir. Kadınların makyaj yapmasına özgüven eksiliğinin mi yoksa kadınların benlik algı durumunun mu etkili olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla anketler yardımıyla hem fiziksel hem sosyal benlik saygısı (özgüven durumu) ölçülmüştür. Çalışmanın sonucunda fiziksel benlik saygısının makyaj yapıldığında arttığı bulunmuştur. Kozmetik kullanımının vermiş olduğu bu duygu ve davranışlar kadınları olumlu yönde etkilemekte olduğu ortaya konulmuştur: Kadınlar makyaj yaptıklarında kendilerinden emin, özgüvenleri yüksek ve konuşulan konularda bilgili gibi davrandıkları tespit edilmiştir (Brinegar ve Weddle, 2014).

Kadınlarda güzellik; özel ve sosyal yaşantıya etki eder mi sorusu tartışılmıştır. Araştırma güzel olmanın neden önemli olduğunu vurgulamaktır. Yazar makalesinde güzellikle ilgili birçok filozofun destekleyici sözlerine de yer vermiştir. Güzel görünmek hem kadın için hem erkek için yaşantılarında neleri değiştirir? İnsanlar neden güzelliğin peşinden koşar? Yapılan diğer çalışmalar gösteriyor ki zayıf kadınlar güzeldir. Güzel kadınların çenesi ince, gözleri büyük, dudakları dolgun, burnu küçüktür. Tanımlanan bu özellikler sanki farklı ırkların bir karma şekli gibidir. Kadınlar kendilerini iyi hissetmek, partnerleriyle daha güzel ilişkiler kurabilmek östrojen seviyelerini artırıp hatta doğurganlıklarını yükseltmek için makyaj kullanabilmekteler. Kadınlardaki makyaj yapma durumu erkeklerdeki cinsel istekleri artırmaktadır. Bazı çalışmalar kadınlardaki güzelliğin statü sağladığı, çekici olanların ayrıcalıklı olduğu yönündedir. Güzel insanların sosyal yaşantıda daha özgüvenli ve rahat oldukları görünmektedir. Güzel insanların başkalarını ikna etme kabiliyeti daha yüksektir ve herhangi bir tartışmada kaybetme olasılığı çok düşüktür. Kadınlarda önemli olduğu kadar erkeklerde de dış görünüş önemlidir. Kadınlara göre erkeklerde çekiciliği artıran etmenler kadınların burnundan daha iri bir burun, belirgin çene, kalın kaşlar, başa yakın kulaklar, derin gözler, kare ya da dikdörtgen yüz, geniş omuzlardır (Adamson ve Galli, 2003).

Gupta, Etcoff, ve Jaeger (2016) Wisconsin Boylamsal Araştırması (WLS) katılımcıları arasından yüz bakımından çekicilik değerlendirmesi bulunan 8434 kişilik bir örneklem kullanarak bireylerin fiziksel görünüşlerinin psikolojik iyi oluşları üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu araştırmıştır. Kullanılan veri setinin panel veri olmasından dolayı örnekleme bulunan kişiler ile 50 yıllık süreçte altı defa anket yapılmıştır. Verilerin yapısının sağlamış

olduğu avantajla heterojen etkiler kontrol edilmiştir. Fiziksel görünüş için beden kitle indeksi kullanılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda fiziksel olarak daha çekici olan kişilerin psikolojik olarak daha iyi hissettikleri, özsaygı ve özgüven seviyelerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Tommerup ve Furnham (2019) 83 erkek, 208 kadından oluşan toplam 289 katılımcının dâhil olduğu bir araştırmada kadınların makyaj kullanımının yeteneklerinin, kazanç potansiyellerinin popülerlik ve işe alınma olasılığının değerlendirilmesi üzerindeki etkisini incelemiştir. Katılımcılara 10 kadın için oluşturulmuş resimli özgeçmişlerini satış danışmanı ve satış müdürü pozisyonları için yetenek, kazanç potansiyeli, popülerlik ve işe alınma olasılığı bakımından puanlandırmaları istenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre makyaj yapan ve özellikle profesyonel makyaj yapan/yaptıran kadınların bu dört kriter için daha yüksek sıralamaya konulmasına etki ettiği bulunmuştur. Buna ek olarak makyaj yapmanın özellikle daha az çekici olan kadınların işe alınma sürecini pozitif olarak daha fazla etkilediği bulunmuştur. Bu algının temel sebepleri arasında makyaj yapan kadınların iş görüşmelerinde daha yüksek özgüven seviyesine sahip olmasından dolayı işe alınma ihtimallerini arttırmış olabileceği düşünülebilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. VERİ SETİ, METODOLOJİ VE UYGULAMA SONUÇLARI

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Kadınlar kendilerini iyi hissetmek, partnerleriyle daha güzel ilişkiler kurabilmek östrojen seviyelerini artırıp hatta doğurganlıklarını yükseltmek için makyaj kullanabilmekteler. Bazı çalışmalar kadınlardaki güzelliğin statü sağladığı, çekici olanların ayrıcalıklı olduğu yönündedir. Güzel insanların sosyal yaşantıda daha özgüvenli ve rahat oldukları görünmektedir (Adamson ve Galli, 2003). Bu çerçevede uluslararası literatürde kozmetik ürün kullanımının ve makyaj yapmanın kadınların sosyal hayatlarında, iş başvuruları ve iş yaşamlarında, psikolojik durumlarında ve bireysel iyi oluşları üzerindeki etkisi incelenmiştir (örn. Mafra vd., 2020; Britton, 2012; Morrow, 2017). Ancak Türkiye’de kadınların hayatını etkileme potansiyeli olan özgüven düzeyi ile makyaj yapma arasında bir ilişki olup olmadığının çalışıldığı bir çalışmaya rastlanamamıştır.

Kültürel ve sosyal yapı farklılıklar göz önüne alındığında gelişmiş ülkelerde yapılan çalışmaların Türkiye için geçerli olup olmadığı hakkında bir çalışma yapılmamıştır. Bu nedenle Türkiye’de kadınların makyaj yapmalarının özgüven düzeyleri üzerinde etkili olup olmadığı bu tezin temel araştırma problemini oluşturmaktadır. Bunun yanında literatürde özgüven; iç özgüven ve dış özgüven olarak ayrılmaktadır. Bu çerçevede tezin diğer bir amacı makyaj yapma ile iç özgüven ve dış özgüvenin ilişkili olup olmadığının araştırılmasıdır. Diğer yandan tezin ikincil amaçları arasında kadınların makyaj için ayırdıkları aylık bütçeleri, kuaföre gitme nedenleri, makyaj yapma nedenleri, hangi durumda hangi makyaj ürününü daha fazla kullandıklarının belirlenmesi ile makyaja ayrılan bütçe ile özgüven arasındaki ilişki, kuaföre gitme sıklığı ile özgüven arasındaki ilişkinin incelenmesi bulunmaktadır. Bu çerçevede araştırma hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

- 1- Makyaj yapan ve makyaj yapmayan üniversite öğrencilerinin özgüven dereceleri farklılık göstermektedir.
- 2- Makyaj yapan ve makyaj yapmayan üniversite öğrencilerinin iç özgüven dereceleri farklılık göstermektedir.
- 3- Makyaj yapan ve makyaj yapmayan üniversite öğrencilerinin dış özgüven dereceleri farklılık göstermektedir.

- 4- Üniversite öğrencilerinin özgüven düzeyleri makyaja ayrılan bütçeye göre farklılık göstermektedir.
- 5- Üniversite öğrencilerinin özgüven düzeyleri kuaföre gitme sıklığına göre farklılık göstermektedir.
- 6- Üniversite öğrencilerinin özgüven düzeyleri kullanılan kozmetik ürün adedine göre farklılık göstermektedir.

3.2. ARAŞTIRMA DESENİ

Kadınların özgüven düzeyinin makyaj yapma durumuna göre değişip değişmediğini analiz etmek için yürütülen bu çalışmada deneysel olmayan nicel araştırma yöntemleri kullanılmaktadır. Deneysel olmayan araştırma desenleri ölçek veya formlarla veri toplama hususunda kolaylık sağladığı için (Fidan, Ayyıldız ve Kurt, 2021) tercih edilmiştir. Bu araştırma ilişkisel tarama modeline uygun olarak gerçekleştirilmiştir. İlişkisel tarama modelinde değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığı, bir ilişki bulunuyorsa bunun yönü ve şiddeti hakkında araştırma yapılır (Bekman, 2022). Ayrıca tahmine dayalı ilişkisel araştırmanın amacı; değişkenler arasındaki bağlantıyı değerlendirmek ve bağımsız değişkenlere dayalı olarak bağımlı değişkenin durumunu değerlendirmeye çalışmaktır. Çetinkaya'ya (2018) göre ilişkisel araştırmalar değişkenler arasındaki ilişkileri incelemenin yanı sıra tahminlerde bulunmaya da olanak tanır.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

2022-2023 eğitim öğretim yılı içerisinde Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde yaklaşık 17900 kadın öğrenci öğrenim görmektedir. Bahsi geçen eğitim öğretim yılında öğrenim gören bütün kadın öğrenciler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreninden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak örneklem elde edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi; erişimi kolay, en tasarruflu, nicel çalışmalarda sıkça kullanılan yöntemlerden biri olduğundan tercih edilmiştir (Yağar ve Dökme, 2018). Örnekleme sonucunda Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde önlisans, lisans, lisansüstü düzeyde, farklı bölümlerde öğrenim görmekte olan toplam 306 kadın öğrenci Google Forms üzerinden ulaştırılan anketleri cevaplamışlardır.

3.4. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu EK-A'da sunulmuştur. Anket, (I) Kişisel Bilgi Formu, (II) Kozmetik Kullanımı Durumunu Belirleme Formu ve (III) Özgüven Ölçeği olmak üzere toplam 3 bölümden oluşmaktadır. Britton (2012)'un kullanmış olduğu ankettten yararlanılarak kozmetik kullanımı

ile ilgili bölüm soruları oluşturulmuştur. Diğer yandan özgüven için ise Akın (2007) tarafından Türkçe'ye uyarlanan özgüven ölçeği kullanılmıştır.

3.4.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formu, araştırma kapsamında kullanılan anketin ilk bölümünde yer almıştır ve formda; yaş, bölüm, sınıf, medeni durum/ilişki durumu, herhangi bir işte çalışma durumu, çalışma zamanı, aylık gelir düzeyi, nerede kaldığı ile ilgili 8 soru yer almıştır.

3.4.2. Makyaj Kozmetikleri ve Kullanımı ile İlgili Form

Anketin ikinci bölümünde üniversite öğrencisi kadınların makyaj yapma durumu, neden makyaj yaptığı, makyaj için ne kadar bütçe ayırdığı, makyaj yaparken nereden esinlendiği, bir gün içerisinde ayna karşısında ne kadar zaman geçirdiği, kuaföre hangi sıklıkla gittiği, kuaföre hangi sebeple gittiği, farklı durumlar karşısında makyaja ayrılan süre, durumların her birinde kullanılan makyaj ürünü ile ilgili toplam 9 soru yer almıştır. Bu soruların hazırlanmasında Britton (2012) çalışmasından faydalanılmıştır.

3.4.3. Özgüven Ölçeği

Özgüven Ölçeği (ÖÖ), Bandura (1982)'nin öz-yeterlik teorisi temel alınarak Akın (2007) tarafından bireylerin özgüven (öz-yeterlik) düzeylerini ölçmek amacıyla oluşturulmuştur. İç özgüven ve dış özgüven olmak üzere iki alt boyuttan oluşan Özgüven Ölçeği'nde toplam 33 madde bulunmaktadır. Özgüven Ölçeği 5'li Likert tipi bir ölçek olarak hazırlanmıştır. Cevaplar; 1: Hiçbir Zaman, 2: Nadiren, 3:Bazen, 4: Genellikle ve 5: Her Zaman olacak şekilde oluşturulmuştur. Akın (2007), iç tutarlılık katsayısını ölçeğin tümü için 0.83 olarak dış özgüven alt boyutu için 0.85 ve iç özgüven alt boyutu için ise 0.83 olarak bulmuştur.

Ölçekten alt boyut puanları ayrı ayrı hesaplanmakta ancak alt boyut puanlarının toplanması ile toplam özgüven puanına ulaşılarak bireyin özgüven düzeyi belirlenmektedir. Elde edilebilecek en düşük ve en yüksek puanlar iç özgüven alt boyutunda 17-85, dış özgüven alt boyutunda 16-80, toplamda 33-165'tir. Ölçekte olumsuz madde bulunmamaktadır. Dolayısıyla alınan yüksek puanlar yüksek özgüven düzeyine işaret etmektedir. Alınan toplam

puan 33'e bölünerek arttıkça kişinin özgüven düzeyi belirlenebilir. Bu şekilde elde edilen puan 2,5'ten küçük ise özgüven düşük, 2,5-3,5 arasında ise özgüven düzeyi orta ve 3,5'ten büyük ise özgüven düzeyi yüksek olarak değerlendirilmektedir (Akın, 2007).

17 maddeden (1, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 30, 32. maddeler) oluşan iç özgüven alt boyutunda kendilerine yönelik özgüvenle ilişkili olarak bireylerin güçlü ve zayıf yönlerini bilmesi, açık hedefler belirlemesi, pozitif düşünme becerisine sahip olması, kendini sevmesi, tanınması, gibi çeşitli özellikler değerlendirilmektedir (Akın, 2007).

Toplam 16 maddeden (2, 6, 8, 11, 13, 14, 16, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 29, 31, 33. maddeler) oluşan dış özgüven alt boyutunda ise dış çevre ve sosyal yaşamlarına yönelik özgüvenle ilişkili olarak bireylerin kendini sağlıklı biçimde ifade edebilmesi, duygularını kontrol edebilmesi kolay iletişim kurabilmesi ve risk alabilmesi gibi özellikler değerlendirilmektedir (Akın, 2007).

3.5. VERİLERİN ANALİZİ

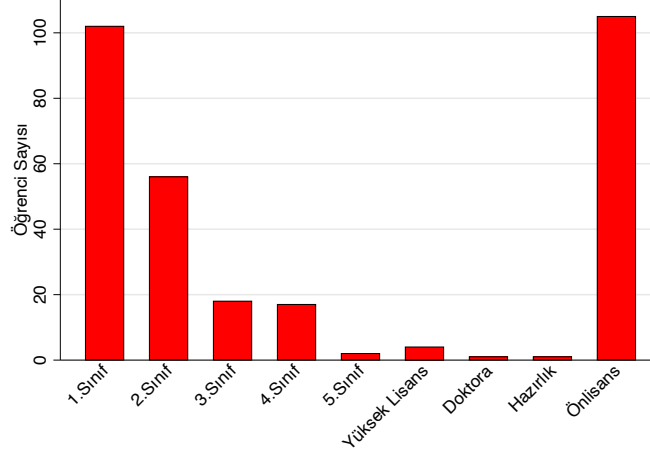
2022-2023 eğitim öğretim yılında eğitimine devam eden 306 kadın öğrenci, Google Forms üzerinden oluşturulan anketi cevaplamışlardır. Bu sayede elde edilen veriler SPSS (versiyon 20) programına aktarılarak verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla ilk önce bu araştırma için Özgüven Ölçeği'nin iç tutarlılığı Cronbach Alfa hesaplanarak test edilmiştir. Daha sonra verilerin betimleyici istatistikleri tablolar ve grafikler kullanılarak sunulmuştur. Son olarak araştırmanın temel amacını oluşturan kadınların özgüven düzeyinin makyaj yapma yapmamasına göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek amacıyla t-testi ve makyaj yapmanın yoğunluğunu göstermek için kullanılan gruplandırmalara göre özgüven düzeyinin değişip değişmediğini analiz etmek için ise literatürde olduğu gibi ANOVA tercih edilmiştir.

3.5.1. Özgüven Ölçeğinin Güvenilirliği

Yapılan araştırmanın iç tutarlılığı için güvenilirlik testi Cronbach Alfa testi kullanılarak yapılmıştır. Buna göre özgüven ölçeğinin tümü için Cronbach Alpha katsayısı 0,96 olarak bulunmuştur. Bunun yanında iç ve dış özgüven alt boyutları için ise Cronbach Alpha katsayısı sırasıyla 0,94 ve 0,93 olarak bulunmuştur. Özgüven ölçeği için güvenilirlik testleri yapıldıktan sonra verilerin betimsel ve ilişki analizi aşağıda yapılmaktadır.

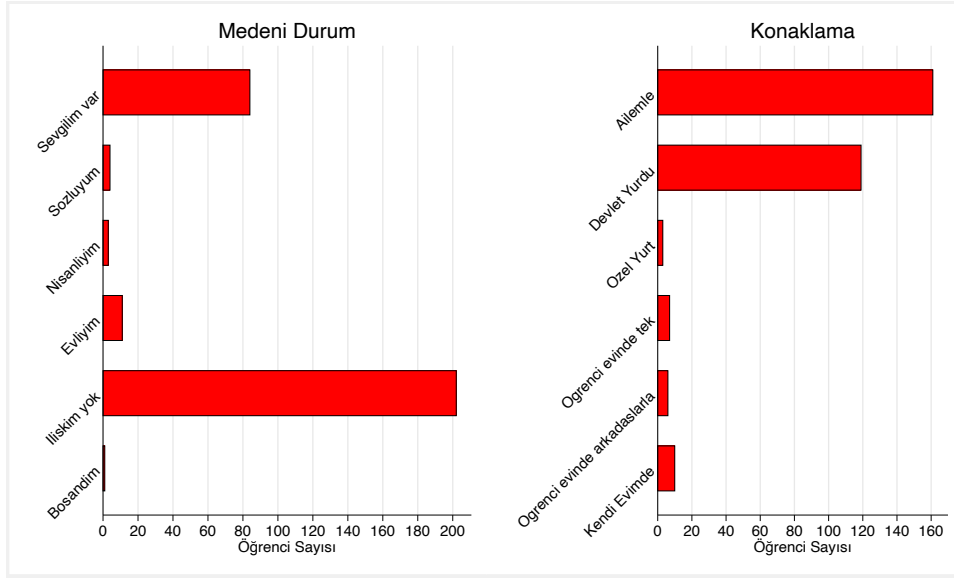
3.5.2. Sosyo-Demografik Özellikler için Betimsel İstatistikler

Ankete katılım sağlayan Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde eğitimine devam eden 306 kadın öğrenci için kişisel bilgi formu aracılığıyla elde edilen veriler bar grafikler yardımıyla aşağıda sunulmaktadır.



Şekil 1: Öğrenci Sayılarının Sınıflara Göre Dağılımı

Şekil 1'de ankete katılım sağlayan toplam 306 öğrencinin eğitim seviyesi ve sınıf dağılımları verilmiştir. Şekil 1'e göre ankete katılım sağlayıp cevaplayan öğrenci gurupları sırasına göre en fazla önlisans, birinci sınıf ve ikinci sınıf öğrencileridir. Üçüncü ve dördüncü sınıf öğrenci sayıları birbirine oldukça yakındır. Bunun yanında ankete katılan beşinci sınıf, yüksek lisans, doktora ve hazırlık sınıfı öğrenci sayısı diğer sınıflara göre oldukça az sayıdadır. Bu grafiğe göre ankete katılım tüm sınıflardan aynı ölçüde gerçekleşmemiştir.



Şekil 2: Öğrencilerin Medeni Durumu ve Konakladığı Yerler

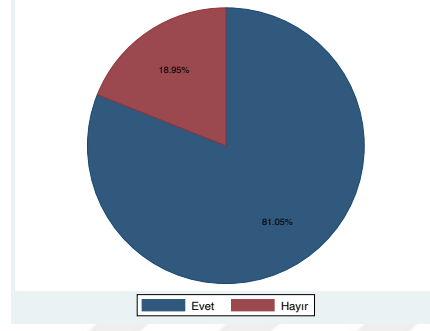
Şekil 2' de ankete katılım sağlayan öğrencilerin medeni durumları ve konaklama yerleri sunulmuştur. Medeni durum grafiğine göre 306 kişinin büyük çoğunluğunun ilişkisi bulunmamaktadır. 90'a yakın kişinin sevgilisi var iken sözlü ve nişanlı olan öğrenci sayısı 10 kişinin altında, evli olan kişi sayısı ise 20'den azdır. Yine Şekil 2'ye göre ortalama 180 öğrenci ailesi ile birlikte konaklarken 120'ye yakını devlet yurdunda kaldığını beyan etmişlerdir. Özel yurttan, öğrenci evinde tek başına, öğrenci evinde arkadaşlarıyla ve kendi evinde kalan öğrencilerin toplam sayıları 30'a yakındır.

Şekil 2' de gösterilen ankete katılım sağlayan öğrencilerin çoğunun birinci sınıf öğrencisi ve önlisans öğrencisi olması öğrencilerin ilişki durumunu etkilemiş olabilir. İlişki durumu da dolaylı yoldan makyaj ürünlerinin kullanımını etkileyebilmektedir. Diğer yandan öğrencilerin konaklama yerine bakıldığından çoğunun ailesiyle veya devlet yurdunda konaklamakta olduğu görülmektedir. Ailenin çocukları üzerindeki tutumuna bağlı olarak ailenin yanında yaşama veya yurtlarda yaşamamanın kadın öğrencilerin makyaj kullanımı etkileyen unsurlardan olma ihtimali artmaktadır.

Bunun yanında ankete katılan öğrencilerin ortalama yaşı 21,36 olarak bulunmuştur. Katılımcıların %90'ı 18-24 yaş aralığında bulunmaktadır. Diğer yandan katılımcıların sadece 32'si yarı-zamanlı veya tam zamanlı olarak bir işte çalışmaktadır. Katılımcıların aylık bütçelerine bakıldığı zaman %50'den fazlasının aylık gelirinin 1.500 TL'den az olduğu tespit edilmiştir.

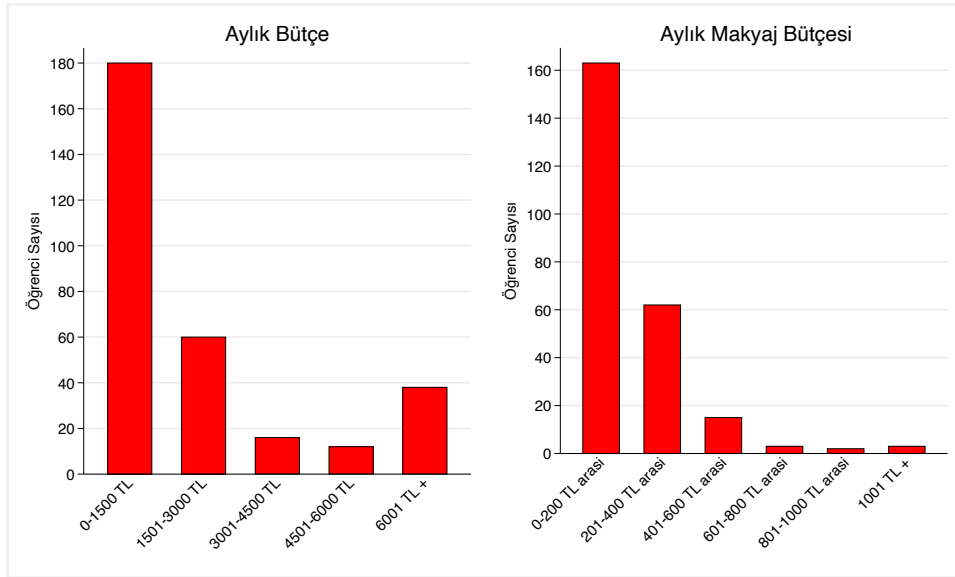
3.5.3. Kozmetik ve Makyaj Yapma ile ilgili Betimsel Analiz

Anket çalışmasının ikinci bölümü üniversite öğrencilerinin makyaj kozmetikleri kullanım durumları ile ilgili soruları içermektedir. Bu sorulara verilen cevaplar analiz edilerek kozmetik ürün kullanım durumu, kuaföre gitme sıklığı, makyaj için harcanan para, hangi durumlarda hangi kozmetik ürünün daha sık kullanıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.



Şekil 3: Öğrencilerin Makyaj Yapma Durumu

Ankette “Makyaj yapıyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplara dayanarak Şekil 3’te ankete katılan öğrencilerin makyaj yapma durumu gösterilmiştir. Şekil 3’e göre ankete katılan 306 kişinin %81.05’i makyaj yaparken, %18.95’i makyaj yapmamaktadır. Buna göre üniversite öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun makyaj yaptığı tespit edilmiştir.

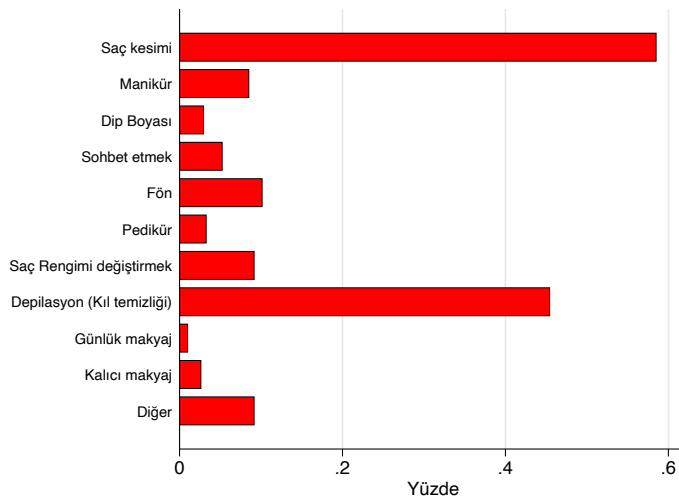


Şekil 4: Öğrencilerin Aylık Bütçesi ve Makyaja Ayırdıkları Aylık Bütçe

Öğrencilerin makyaj yapma durumu ortaya konulduktan sonra Şekil 4’te öğrencilerin aylık bütçeleri ve makyaj için aylık ne kadar harcama yaptıkları irdelenmiştir. Şekil 4’e göre ankete katılım sağlayan öğrencilerin 180’inin aylık bütçesinin 0-1500 TL arasında olduğu saptanmıştır. 60’ı 1501-3000TL cevabını verirken, yaklaşık 40 öğrenci 6001TL ve üzeri cevabını vermiştir. 3001-6000TL arasında cevaplama yapan öğrenci sayısı diğerlerine göre çok azdır. Anketteki aylık bütçe sorusu ihtiyaç ve istek olarak ayrıştırılmamıştır. Verilen cevaplardaki aylık bütçelerin öğrencilerin konaklama, yeme içme, seyahat, okul giderleri gibi ihtiyaç giderleri dışında olduğu düşünülürse öğrenci bütçeleri yükselecektir. Tam tersi bir durumda öğrenci bütçelerini azaltacaktır.

Diğer yandan Şekil 4’te öğrencilerin makyaja ayırdıkları aylık bütçe ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Şekle göre 160’tan fazla öğrenci aylık olarak makyaja 0-200 TL harcama yaptıkları cevabını verirken, 60’tan fazla öğrenci 201-400TL harcama yaptıklarını belirtmişlerdir. 401-1001 TL arası ve üzerinde harcama yapan öğrenci sayısı diğerlerinden çok daha azdır.

Aylık bütçe ve aylık makyaja ayrılan bütçeye bakıldığında birbirleri arasında ilişki var mı bilinmemektedir. Aylık bütçesi ortalama ya da ortalamanın üzerinde olan bir kişinin makyaja ayırdığı bütçe belki de aylık bütçesi düşük olandan daha azdır. Diğer bir husus da kullandıkları ürünlerin maddi karşılığıdır. Bazı markaların sadece tek ürün fiyatı aylık bütçenin katlarca fazlası iken, bazılarının ise birçok ürününün fiyatları toplamı aylık bütçeden daha az olabilir. Yani bu araştırmada makyaja ayrılan bütçe aylık makyaj ürünlerinin adedine ya da çeşitliliğine dair bilgi vermez.

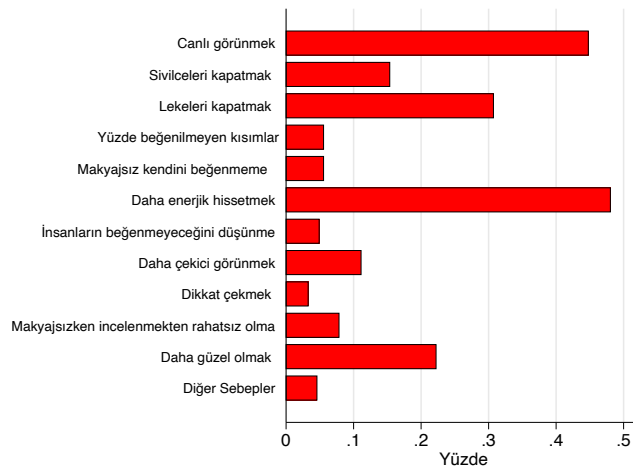


Şekil 5: Öğrencilerin Kuaföre Gitme Sebepleri

Kozmetik kullanımının önemli bir kısmını oluşturan kuaföre gitme oluşturmaktadır. Anket sorularında üniversite öğrencilerinin kuaföre gitme sebepleri sorulmaktadır. Bu sorulardan elde edilen cevaplar Şekil 5'te verilmektedir. Katılımcılar birden fazla sebep seçebilmekteydi. Şekil 5'e göre ankete katılım sağlayan öğrencilerin % 60'a yakını saç kesimi için kuaföre gittiklerini belirtirken %50'ye yakını ise depilasyon yani vücut kıl temizliğini sağlamak sebebiyle kuaföre gittiklerini belirtmişlerdir. Saç kesimi ve depilasyon kadınlar için ihtiyaçtır. Öğrencilerin daha çok ihtiyaç sebebi ile kuaföre gittikleri söylenilebilir. Bunun yanı sıra fön çektirmek, saç rengini değiştirmek, manikür yaptırmak için gidenlerin sayıları birbirine yakın olup ihtiyaç dışı sebep olarak gösterilebilir.

Günlük makyaja gidenlerin oranının az olduğu görülmektedir. Bu durumun sebepleri; göz, dudak, ten gibi yüze değdirilen ve hijyeni zor sağlanan makyaj ürünlerinin katılımcıların kendileri tarafından tedarik edilerek makyajlarını kendilerinin yapıyor olması olabilir. Diğer bir sebep ise günün sonunda temizlenmesi gereken bir uygulama için profesyonel hizmet almak istemiyor olabilirler. Bu sebeple kalıcı makyaj yaptıranların, günlük makyaj yaptıranlardan fazla olması ile doğrulanabilir.

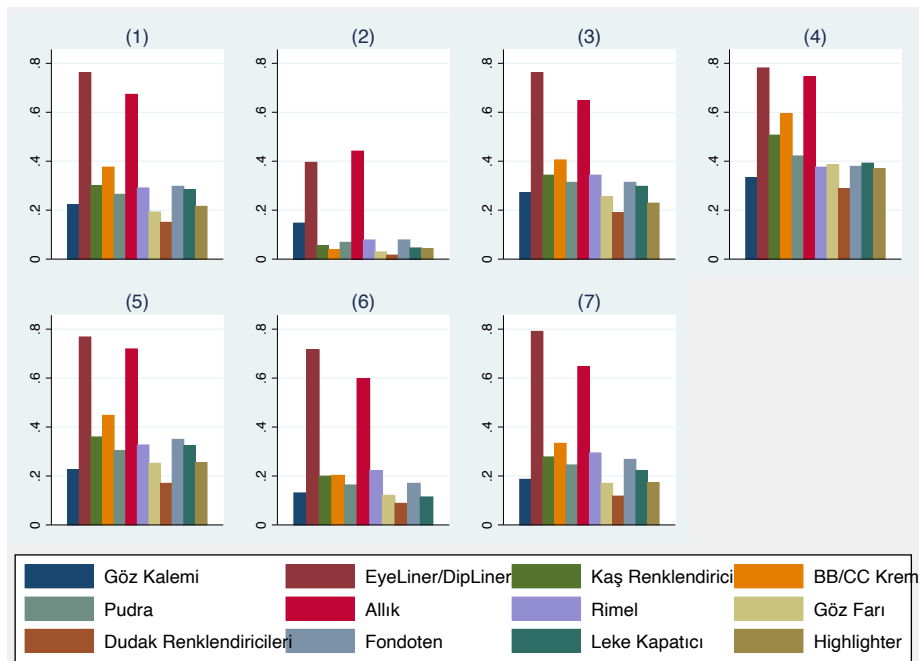
Teknolojinin gelişmesi ve ürün çeşitliliğinin artarak herkesin bütçesine uygun bir ürünün olması, kadınların kuaförlere gitme sebeplerinde de düşüşe sebep olabilir. Zira artık çoğu kadının kendine ait makyaj kozmetikleri, manikür ve pedikür malzemeleri, saç şekillendiricileri, depilasyon aletleri, saç boyaları ve konforlu bir uygulama için de rehberlik edecek internet kanalları bulunmaktadır.



Şekil 6: Öğrencilerin Makyaj Yapma Sebepleri

Şekil 6'da ankete katılım sağlayan öğrencilerin hangi sebeplerle makyaj ürünleri kullandıkları sunulmuştur. Katılımcılar birden fazla sebep seçebilmektedir. Bu grafiğe göre en fazla makyaj yapmaya sebep kadın öğrencilerin enerjik hissetmek iken canlı görünmek için makyaj yapanların oranı da diğerine çok yakındır. Yani öğrencilerin nerdeyse yarısının daha enerjik hissetmek ve canlı görünmek için makyaj yaptıkları söylenebilir. Bununla birlikte öğrencilerin %30'u lekelerini kapatmak için makyaj yaparken, %23'ü daha güzel olmak için, %16'sı sivilceleri kapatmak için ve %10'u ise daha çekici görünmek için makyaj yapmaktadır.

Şekil 7'de ankete katılım sağlayan öğrencilerin gittikleri yerlere (duruma) göre kullandıkları makyaj kozmetiklerinin dağılımı verilmiştir. (1) öğrencilerin dışarı çıkmadıkları durumda tercih ettikleri makyaj kozmetiklerini göstermektedir. (2) öğrencilerin tek başına gezeceği zaman kullanmayı tercih ettikleri makyaj ürünlerini göstermektedir. (3) öğrencilerin üniversiteye ders için gidecekleri zaman tercih ettikleri makyaj ürünlerini göstermektedir. (4) öğrencilerin arkadaşları ile buluşmaya gidecekleri zaman kullandıkları makyaj ürünlerini ifade etmektedir. (5) öğrencilerin partnerleri ile buluşmaya gidecekleri zamanlarda tercih ettikleri makyaj ürünlerini göstermektedir. (6) öğrencilerin özel programlara gidecekleri zamanlarda tercih ettikleri makyaj ürünlerini göstermektedir. (7) öğrencilerin iş görüşmesine gidecekleri zaman tercih ettikleri makyaj ürünlerini göstermektedir. Şekil 7 genel olarak incelendiğinde öğrenciler her durumda en fazla eyeliner/dipliner ve allık kullanmayı tercih etmektedir. Bu iki üründen sonra en fazla tercih edilen ürün ise BB/CC kremidir.



Şekil 7: Öğrencilerin Gittikleri Yerlere Göre Kullandıkları Makyaj Kozmetik Ürünleri

Şekil 7'ye göre en az tercih edilen kozmetik ürünü dudak renklendiricileridir. Bu bulgu beklentilerin aksi yönündedir. Bunun sebebi dudak renklendiricileri denildiği zaman daha çok ruj ve dudak kalemi geliyor olsa da dudaka renk veren tüm kozmetik ürünler bu kapsamda değerlendirilmelidir. Bu bilgi katılımcılar tarafından bilinemeyebilir. Dolayısı ile dudak renklendiricilerinin kullanım oranının, diğerlerinden çok daha az olmasının ya da beklenilenden az olmasının sebebi terimin anlaşılammış olması olabilir.

Şekil 7 incelendiğinde kadınların dışarıya çıkmayacakları durumda, tek başına gezecekleri duruma göre daha fazla makyaj ürünü kullandıkları görülmektedir. Diğer bir bulgu ise kadın öğrencilerin arkadaşları ile gezecekleri zaman, partnerleri ile buluşacakları zamana göre en daha fazla makyaj kozmetiği kullanmaktadır. Bu durum kadınların birbirleri tarafından daha fazla incelendiği, övülmek, onaylanmak ve beğenilmek istendiği anlamına gelebilir.

3.5.4. Özgüven Düzeyi ile İlgili Betimsel Analiz

Ankette özgüven ölçeği ile ilgili sorular kullanılarak üniversitede okuyan kadın öğrencilerin bir bütün olarak özgüveni ile iç ve dış özgüven düzeyleri belirlenmiştir. Özgüven için oluşturulan ölçeğin 33 sorusuna verilen cevaplardan elde edilen puanlar toplanıp 33'e bölünerek her bir katılımcının özgüven puanı hesaplanmıştır. İç ve dış özgüven için de ilgili maddelerden alınan puanların toplamı ilgili madde sayısına bölünerek iç ve dış özgüven puanları hesaplanmıştır. 306 katılımcı için oluşturulan özgüven puanları için betimleyici istatistikler Tablo1'de verilmiştir.

Tablo 1: Özgüven Düzeyi ile İlgili Betimleyici İstatistikler

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Değişken	Gözlem	Ortalama	SS	Min	Max
Özgüven	306	3.872	0.766	1	5
İç Özgüven	306	3.882	0.789	1	5
Dış Özgüven	306	3.861	0.787	1	5

Tablo 1'e göre katılımcıların özgüven puanları 1 ile 5 arasında değerler almaktadır ve örneklemin ortalama özgüven puanı 3,87 olarak bulunmuştur. Akın (2007), özgüven puanının 3,5'ten daha büyük olması durumunda yüksek özgüven düzeyinin olduğunu belirtmektedir.

Buna göre örnekleme katılımcıların ortalama olarak özgüveninin yüksek olduğu söylenebilir. Bunun yanında iç ve dış özgüven düzeyleri ayrı ayrı incelendiğinde örneklemin ortalama olarak iç özgüven düzeyinin 3,88 ve dış özgüveninin 3,86 olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların iç ve dış özgüvenlerinin de yüksek olduğu ve az da olsa iç özgüvenin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bunun sebebi örneklem seçiminden kaynaklanmış olabilir. Eğer yüksek özgüvene sahip kişilerin üniversiteye gitme olasılıkları daha yüksekse Tablo 1’de elde edilen bulgular Türkiye’deki kadınların özgüven durumunu yanlış olarak tahmin etmektedir.

3.5.5. Makyaj Yapma ile Özgüven Arasındaki İlişkinin Analizi

Bu tezin amacı üniversite öğrencilerinin makyaj yapmalarının özgüvenleri üzerindeki etkisini incelemektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda temel hipotez: “Makyaj yapan öğrencilerin özgüveni yüksektir” şeklindedir. Bu hipotezi test etmek için t-testi kullanılmıştır. Özgüven, iç özgüven ve dış özgüven değişkenlerinin normalliği test edilmiş ve bu üç değişken için çarpıklık katsayıları -1 ile 1 arasında çıkarken basıklık değerleri 3.5 civarı çıkmıştır. Buna göre değişkenlerin normalliği ile ilgili net bir şey söylemek için Shapiro-Wilk normallik testi yapılmış ve bu üç değişkenin normal dağılmadığına dair bulgular elde edilmiştir. Bu durumda değişkenlerin grup ortalamalarının farklı olup olmadığını test etmek için Mann-Whitney-U testi yapılmış ve makyaj yapan ve yapmayan öğrencilerin özgüven, iç özgüven veya dış özgüven düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bununla birlikte literatürle uyumlu olması açısından makyaj yapan ve yapmayan öğrencilerin özgüven, iç özgüven ve dış özgüven düzeylerinin normal olduğu varsayılarak t-testi ile de analiz edilmiştir. t-testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Makyaj Yapan ve Yapmayan Öğrencilerin Özgüven Düzeyleri Karşılaştırılması (t-testi)

Değişkenler	Gruplar	N	X	Ss	t Testi		
					t	sd	p
İç Özgüven	Makyaj Yapmayan	58	3,77	,92	-,909	304	,366
	Makyaj Yapan	248	3,89	,72			
Dış Özgüven	Makyaj Yapmayan	58	3,83	,95	-,388	304	,699
	Makyaj Yapan	248	3,89	,74			
Özgüven	Makyaj Yapmayan	58	3,70	,92	-1,442	304	,153
	Makyaj Yapan	248	3,89	,74			

Tablo 2 incelendiğinde makyaj yapan öğrencilerin iç özgüven puanının ortalama olarak makyaj yapmayan öğrencilerin iç özgüven puanına göre fazla olduğu ancak bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t[304] = -,909; p > 0,05$). Yani öğrencilerin iç özgüven puanları makyaj yapıp yapmama durumlarına göre farklılık göstermemektedir. Bunun yanında makyaj yapan öğrencilerin dış özgüven puanının ortalama olarak makyaj yapmayan öğrencilerin dış özgüven puanına göre de fazla olduğu ve yine bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t[304] = -,388; p > 0,05$). Buna göre dış özgüven puanları makyaj yapıp yapmama durumlarına göre farklılık göstermemektedir. Son olarak makyaj yapan ve yapmayan öğrencilerin genel özgüven düzeyleri karşılaştırılmıştır. Makyaj yapan öğrencilerin ortalama özgüven puanı 3,82 iken makyaj yapmayan öğrencilerin özgüven puanları ortalaması 3,70 olarak bulunmuştur. Ancak yapılan t-testine göre özgüven düzeylerinin makyaj yapıp yapmama durumlarına göre yine farklılık göstermemektedir ($t[304] = -1,442; p > 0,05$).

Tablo 2’de elde edilen bulgulara araştırmanın ilk üç hipotezini destekleyici bir kanıt bulunamamıştır. Öğrencilerin makyaj yapması ile özgüven düzeyleri arasında bir ilişki olduğuna dair bir kanıt elde edilememiştir. Bu sonuçlar Britton (2012) ile benzerlik gösterirken, Morrow (2017) ile ayrılmaktadır. Elde edilen bu sonuçların nedeni kullanılan örneklemdeki farklılıklar olabilir. Bu çalışmada kullanılan örneklem üniversite öğrencilerini kapsamaktadır ve buradan elde edilen sonuçları genelleştirmek oldukça yanıltıcı olabilir. Örneklem üniversite öğrencilerinden olduğundan dolayı, üniversite okuma ile özgüven arasında bir ilişki olması durumunda üniversitede okuyan öğrencilerin diğer insanlara göre özgüveni yüksek kişilerden oluştuğu düşünülebilir. Örneklemde ortalama özgüven puanının 3,87 gibi yüksek bir değer almış olması bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Dolayısıyla üniversite öğrencilerinin zaten diğer kadınlardan daha yüksek özgüven seviyesinde olmasından dolayı bu örneklemde makyaj yapmanın özgüven üzerinde bir etkisi bulunamamış olabilir.

Makyaj yapanlarla yapmayanların özgüvenleri arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Bu sebeple bazı demografik özellikler ile özgüven arasında bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Özgüven ile iş durumu (çalışıyor/çalışmıyor) arasında t testi analizi yapılmış ancak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Aylık gelir durumu ile özgüven arasında bir ilişki olabileceği düşünülerek ANOVA testi uygulanmış, kategorize edilmiş gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Öğrencilerin medeni durumu (İlişkisi var/ ilişkisi yok) ile özgüven puanları arasındaki ilişkiye t testi uygulanmış ve aralarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Öğrencilerin konaklama (ailesi ile yaşayan/ ailesi ile yaşamayan)

durumu ile özgüven puanları arasındaki ilişkiyi test etmek için yapılan t testi sonucuna göre yine anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Makyaj yapıp yapmama özgüven üzerinde etkili olmamakla birlikte yapılan makyajın derecesi kadın öğrencilerin özgüveni üzerinde etkili olabilir. Makyaj yapma derecesini belirlemek için ankette kadın öğrencilere makyaja ayırdıkları aylık bütçe ile ilgili soru sorulmuştur. Bu ölçü makyaj yapmanın derecesini gösteren ideal ölçüt olmasa da bu konu hakkında bilgi vermektedir. Buna göre aylık makyaja ayrılan bütçe 3 gruba ayrılmıştır. Daha sonra makyaja ayrılan bütçe ile özgüven arasındaki ilişki ANOVA testi ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Makyaja Ayrılan Aylık Bütçeye Göre Özgüven ANOVA LSD Sonuçları

Makyaja ayrılan aylık bütçe(TL)	N	\bar{X}	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Serbeslik Derecesi	KO	F	p	Anlamlılık
1. (0-600)	225	3,85	,72	G.arası	4,32	2	2,16			
2. (601-1000)	18	4,24	,71	G.içi	125,31	245	,511			2-1; 3-1, 3-2
3. (1001+)	5	4,48	,47	Toplam	129,64	247		4,23	0,016	
Toplam	248	3,89	,72							

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin makyaja ayırdıkları aylık bütçe ile özgüven arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür ($F=4,232$; $p<.05$). Öğrencilerin özgüvenlerinin hangi gruplar arasında farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla LSD (en az önemli fark) testi yapılmıştır. LSD sonuçlarına göre öğrencilerin makyaja ayrılan aylık bütçesi 601-1000 TL ($X=4,2441$) olanların, makyaja ayrılan aylık bütçesi 0-600 TL ($X=3,8531$) olanlardan; makyaja ayrılan aylık bütçesi 1001 TL ve üzeri ($X=4,4848$) olanların makyaja ayrılan aylık bütçesi 601-1000 TL ($X=4,2441$) ve 0-600TL ($X=3,8531$) olanlardan özgüvenlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kısacası makyaja ayrılan aylık bütçe miktarı arttıkça özgüven puanı artmaktadır. Makyaja ayrılan aylık bütçe makyaj yapma derecesi ile doğru orantılı olduğu düşünülürse makyaja ayrılan bütçenin artmasının ya da makyaj yapma yoğunluğunun artmasının özgüveni artırıcı bir etkisi olabileceğinden bahsedilebilir.

Makyaj kullanımının derecesini ve makyaj yapmanın profesyonelce yapılmasının özgüven üzerindeki etkisini belirlemek için kadın öğrencilerin kuaföre gitme sıklığı ile

özgüven/dış özgüven/ iç özgüven arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla ANOVA ve LSD testi yapılmıştır. İç özgüven/ özgüven ve kuaföre gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiş fakat dış özgüvenle kuaföre gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. ANOVA sonuçları ve LSD testi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Kuaföre Gitme Sıklığı ve Dış Özgüven ANOVA LSD Sonuçları

Kuaföre gitme sıklığı	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlılık
1	37	3,5980	,90350	G.arası	6,301	4	1,575			
2	59	3,6917	,70652	G.içi	182,397	301	,606			
3	31	3,9335	,77037	Toplam	188,699	305		2,600	,036	4-1, 4-2
4	119	3,9811	,76423							
5	60	3,9146	,79549							
Toplam	306	3,8611	,78657							

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin kuaföre gitme sıklığı ile dış özgüvenleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür ($F=2,600$; $p<.05$). Öğrencilerin dış özgüvenlerinin hangi gruplar arasında farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla LSD testi yapılmıştır. LSD sonuçlarına göre öğrencilerin kuaföre gitme sıklığı 4. Grupta ($X=3,9811$) olanların (ayda bir giden) kuaföre gitme sıklığı 1. Grupta ($X=3,5980$) olanların(hiç gitmeyen) ve 2. Grupta ($X=3,6917$) olanlara (yılda veya 2 yılda bir giden veya sadece düğün vs özel günlerde giden) göre dış özgüvenlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ankette öğrenci bilgilerine yönelik birçok veri toplanmıştır. Verilerin incelenmesini kolaylaştırmak amacıyla cevaplar kategorize edilmiş ve analizlerin anlaşılabilirliği kolaylaştırılmaya çalışılmıştır. Ankette çoklu cevap verilebilen sorular bulunmaktadır. Bu sorulardan bir tanesi de üniversiteye giderken kullanılan toplam kozmetik ürün sayısıdır. Öğrencilerin derse giderken kullandıkları toplam kozmetik ürün sayısı ile ilgili analizi kolaylaştırmak için; (1-2 adet ürün kullananlar, çok az makyajlı) 1, (3-4 adet ürün kullananlar, az makyajlı) 2, (5-6 adet ürün kullananlar, ortalama makyajlı) 3, (7-8 adet ürün kullananlar, ortalamanın üstünde makyajlı) 4, (9-12 adet ürün kullananları, aşırı makyajlı) 5 olarak numara verilmiştir. Bu sınıflandırma kullanılarak makyaj yapmanın yoğunluğu ve derecesinin özgüven düzeyi ile ilişkili olup olmadığına yönelik çıkarımlar elde edilebilir. Yalnız burada şu durum unutulmamalıdır ki bir kişi yalnızca bir ürünle dahi aşırı makyajlı duruma gelebilir. Yukarıdaki

gruplama genel bir ifadedir. Açıklamaya ait ve üniversiteye derse giderken kullanılan toplam ürün adedi ile özgüven arasındaki ANOVA sonucu Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin üniversiteye giderken kullandığı ürün sayısı toplamı ile özgüvenleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür ($F=3,328$; $p<.05$). Öğrencilerin özgüvenlerinin hangi gruplar arasında farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla LSD testi yapılmıştır. LSD sonuçlarına göre öğrencilerin üniversiteye ders için giderken (4) ortalamanın üstünde makyajlı ($X=4,0606$) olanların, (3) ortalama makyajlı ($X=3,6534$) olanlardan özgüven düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Üniversiteye ders için giderken (5) aşırı makyajlı ($X=4,3427$) olanların, (2) az makyajlılardan ($X=3,7988$) ve ortalama makyajlılardan özgüven düzeyi daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 5: Öğrencilerin Üniversiteye Derse Giderken Kullandığı Toplam Kozmetik Ürün Adedi ile Özgüven ANOVA LSD Sonuçları

Kul. Ür. Say.To.	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlılık
1	118	3,9209	,80315	G.arası	7,576	4	1,894			
2	83	3,7988	,78850	G.içi	171,289	301	,569			
3	57	3,6534	,71520	Toplam	178,865	305		3,328	,011	4-3; 5-2,5-3
4	35	4,0606	,54965							
5	13	4,3427	,70237							
Toplam	306	3,8719	,76580							

Araştırmada öğrencilere uygulanan anket çalışmasındaki sorulardan bazıları hangi sebeplerden dolayı makyaj yaptıkları ile ilgilidir. Tommerup ve Furnham (2019) işe alım süreçlerinde makyaj yapmanın önemli olduğunu ve özellikle daha az çekici olan kadınların makyaj yapmalarının işe alım süreçlerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Buna benzer bir şekilde kendilerini daha az güzel bulan kadınların özgüven düzeylerinin düşük olduğu ve makyaj yaparak özgüven düzeylerini yükseltmek isteyebilecekleri çıkarımı yapılabilir. Bu durumu test etmek için daha güzel görünmek için makyaj yapma durumu ve makyajsız beğenilmediğini düşündüğü için makyaj yapma durumu ile özgüven arasında ilişki olup olmadığını belirlemek için t-testleri yapılmıştır. Belirtilen durumlara yönelik verilen cevaplar bu sebeple ‘Makyaj yapmıyorum’ diyenler için 0, bu sebeple ‘Makyaj yapıyorum’ diyenler için 1 değerini alacak şekilde kodlama yapılmıştır. Bu konudaki analizler t testi ile ölçülmüştür ve sonuçlar Tablo 6 ve Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 6: Özgüven, İç Özgüven, Dış Özgüven Ölçeği Puanlarının Daha Güzel Olmak İçin Makyaj Yapan ve Yapmayanlara Göre t-testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t-testi		
					t	Sd	p
Ortalama Özgüven	Bu durumda makyaj yapmayan	238	3,92	,76	2,137	304	,03
	Bu durumda makyaj yapan	68	3,69	,73			
İç Özgüven	Bu durumda makyaj yapmayan	238	3,93	,79	2,288	304	,02
	Bu durumda makyaj yapan	68	3,69	,75			
Dış Özgüven	Bu durumda makyaj yapmayan	238	3,90	,78	1,853	304	,06
	Bu durumda makyaj yapan	68	3,70	,76			

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin ortalama özgüven düzeyi; daha güzel olmak için makyaj yapan ve yapmayanlara göre anlamlı farklılık göstermektedir ($t[304]=2,137;p<0,05$). Daha güzel olmak sebebi ile makyaj yapmayan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyleri ($X=3,92$), daha güzel olmak sebebi ile makyaj yapan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyine göre ($X=3,69$) daha yüksektir. Öğrencilerin iç özgüven düzeyi; daha güzel olmak için makyaj yapan ve yapmayanlara göre anlamlı farklılık göstermektedir ($t[304]=2,288;p<0,05$). Daha güzel olmak sebebi ile makyaj yapmayan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyleri ($X=3,93$), daha güzel olmak sebebi ile makyaj yapan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyine göre ($X=3,69$) daha yüksektir. Diğer yandan dış özgüven ölçeği puanı ile daha güzel olmak için makyaj yapma durumu arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($t[304]=1,853;p>0,05$).

Tablo 7: Özgüven, İç Özgüven, Dış Özgüven Ölçeği Puanlarının Makyajsız Beğenilmediğini Düşünerek Makyaj Yapan ve Yapmayanlara Yönelik t testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	X	ss	t-testi		
					t	sd	p
Ortalama Özgüven	Bu durumda makyaj yapmayan	291	3,89	,75	2,295	304	,02
	Bu durumda makyaj yapan	15	3,43	,82			
İç Özgüven	Bu durumda makyaj yapmayan	291	3,90	,77	2,487	304	,01
	Bu durumda makyaj yapan	15	3,39	,89			
Dış Özgüven	Bu durumda makyaj yapmayan	291	3,88	,78	1,959	304	,05
	Bu durumda makyaj yapan	15	3,47	,81			

Tablo 7 incelendiğinde öğrencilerin ortalama özgüven düzeyi; makyajsız beğenilmediğini düşünerek makyaj yapan ve yapmayanlara göre anlamlı farklılık göstermektedir ($t[304]=2,295;p<0,05$). Makyajsız beğenilmediği düşüncesi sebebi ile makyaj yapmayan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyleri ($X=3,89$), makyajsız beğenilmediği sebebi ile makyaj yapan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyine göre ($X=3,43$) daha yüksektir. Öğrencilerin iç özgüven düzeyi; makyajsız beğenilmediği düşüncesi ile makyaj yapan ve yapmayanlara göre anlamlı farklılık göstermektedir ($t[304]=2,295;p<0,05$). Makyajsız

beğenilmediğini düşünerek makyaj yapmayan öğrencilerin ortalama iç özgüven düzeyleri ($X=3,90$), makyajsız beğenilmediği düşüncesi ile makyaj yapan öğrencilerin ortalama iç özgüven düzeyine göre ($X=3,39$) daha yüksektir. Dış özgüven ölçeği puanı ile daha makyajsız beğenilmediği düşüncesi ile makyaj yapma durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır. ($t[304]=1,959;p=0,05$). Makyajsız beğenilmediğini düşünerek makyaj yapmayan öğrencilerin ortalama dış özgüven düzeyleri ($X=3,88$), makyajsız beğenilmediği düşüncesi ile makyaj yapan öğrencilerin ortalama dış özgüven düzeyine göre ($X=3,39$) daha yüksektir.

Tablo 6 ve 7’de elde edilen sonuçlar Tommerup ve Furnham (2019) ve Afable vd. (2014) çalışmasından elde edilen çıkarımlarla tutarlı görünmektedir. Bu sonuçlara göre kendisini daha az güzel bulan kadın öğrencilerin makyaj yapması ile özgüven arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre makyaj yapmanın kendini daha az güzel bulan bir öğrencinin özgüven düzeyi düşük olduğu için makyaj yapıyor olabileceği sonucu çıkarılabilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

4.1. TARTIŞMA

Ankete toplam 306 kadın öğrenci dâhil edilmiştir. Makyaj yapanların oranı %81,05' tir. Yapılan analizlerde makyaj yapma durumu ile özgüven, dış özgüven ve iç özgüven düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir fakat Brinegar ve Weddle (2014) tarafından yapılan araştırmada ise makyaj kullanımının özgüvenle ilişkisi olduğu saptanmıştır. Jones ve Kramer (2016) tarafından yapılan araştırma da bu durumu destekler niteliktedir. Makyaj sadece özgüven düzeyini yükseltmekle kalmayıp; kabul görme, saygı görme, dışa dönük ve özgür olmayı da pozitif yönde etkilemektedir (Al-Samydai vd., 2021). Gupta vd. (2016), tarafından yapılan araştırmada, öz saygıyı da etkilediği tespit edilmiştir. Afable, Robiños, Quiambao ve Raffy (2014) araştırmasında; kadınların özgüven kazanmak için makyaj yaptıklarını bulmuştur.

Öğrencilerin 200'e yakınının ilişkisi bulunmamaktadır. Mafra vd. (2020), tarafından yapılan çalışmada medeni durumun yanı sıra çocuk durumu da sorgulanarak; çocuğu olan ve bekar kadınların, ilişkisi olan ve çocuğu olmayan kadınlara göre makyaja daha fazla para harcadığı tespit edilmiştir. Yaptığımız bu çalışmada ise medeni durum ile özgüven arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ankete katılanların 120'ye yakını devlet yurdunda kalmaktadır. Ankete katılan kadın öğrencilerin, yarısından fazlasının aylık bütçesi 0-1500 TL arasındadır. Burada önemli bir ayrıntı eksik kalmış olabilir; aylık bütçe sorusu; ihtiyaç ve istek olarak ayrıştırılmamıştır. Dolayısı ile verilen cevaplardaki aylık bütçelerin öğrencilerin konaklama, yeme içme, seyahat, okul giderleri gibi ihtiyaç giderleri dışında olduğu düşünülürse öğrenci bütçeleri yükselecektir. Öğrencilerin aylık bütçesi ile iç özgüven, dış özgüven ve özgüven düzeylerini tespit etmek amacıyla ANOVA testi uygulanmış ve aralarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Al-Samydai vd. (2021), tarafından yapılan çalışmada ise aylık gelir ve makyaj kullanımının doğru orantılı seyrettiği tespit edilmiştir.

160'tan fazla öğrenci aylık olarak makyaja 0-200 TL harcama yapmaktadır. Makyaja ayrılan bütçe ve özgüven, iç özgüven, dış özgüven düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla ANOVA LSD testi uygulanmıştır. Ortalama Harcama ($X=4,2441$) yapanların, Az Harcama ($X=3,8531$) yapanlardan; Çok Harcama ($X=4,4848$) yapanların, Ortalama Harcama ($X=4,2441$) ve Az Harcama ($X=3,8531$) yapanlardan özgüvenlerinin daha yüksek olduğu tespit

edilmiştir. Makyaja ayrılan bütçe ve özgüven arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur lakin; burada hangisinin hangisini etkilediği bilinmemektedir. Diğer bir husus aylık gelirin, makyaja ayrılan aylık bütçeyi etkileme durumudur ki bu aşamada kozmetik ürün maliyetleri ve maliyete bağlı adetler hakkında netlik olmadığı için kesin sonuca ulaşamaz.

Kadın öğrencilerin en fazla saç kestirmek ve depilasyon (istenmeyen tüylerinden kurtulmak) amacıyla kuaföre gittikleri tespit edilmiştir. Makyaj için kuaförden hizmet alanların sayısı çok azdır. Bu konuda kuaföre gitme sebebi istek ve ihtiyaç olarak ayrıştırılabilir. Örneğin; vücuttaki istenmeyen kılların temizliği, saç kesimi kadınlar için bir ihtiyaç iken; makyaj, fön, istekler arasında yer alabilir. Aynı zamanda istek ve ihtiyaç olarak ayrıştırmak analizin anlaşılabilirliğini kolaylaştırıcaktır. Bu kriterde ifade edilirse; kadınlar daha çok ihtiyaçları sebebi ile kuaförden hizmet almaktadır denilebilir. Makyaj oranının düşük olmasının sebepleri ise; günün sonunda temizlenecek bir uygulama için harcamayı gereksiz görme, malzemelerin birçok kişiye uygulanması ile hijyeninin tam sağlanamaması hususu olabilir. Günümüzde kuaför ve güzellik salonlarında artış olsa da gelişen teknoloji ve ürün çeşitliliğinin de kuaföre gitme sebeplerinde azalmaya sebep olduğu aşikârdır.

En fazla makyaj yapmaya sebep daha ‘Enerjik hissetmek’ iken ‘Canlı görünmek’ için makyaj yapanların oranı da diğerine çok yakındır. Bununla birlikte leke ve sivilceleri sebebi ile de makyajı tercih edenlerin oranı dikkat çekmektedir.

Geçmişte makyaj kozmetik çeşitliliği günümüzdeki kadar çok değildi. Öncesinde ruj, göz kalemi, far, fondöten en çok bilinen ve kullanılan ürünlerdendi. Makyajın kullanım amacı da günümüzdeki gibi farklı sebeplere dayanmamaktaydı. Göze, yüze, dudaklara renk vermek asıl amaçtı. Günümüzde ise makyaj kozmetikleri çok farklı sebeplerle kullanılabilir. Önemli bir mülakatı olan bireylerin dövmesini, yüzdeki kusurları gizlemek, bazı kemikleri ön plana çıkarmak bazılarını ise arka plana itmek, gözaltı morluklarını gizlemek, yüzün çerçevesindeki saç seyrekliğini örtmek gibi birçok farklı sebep sayılabilir. Bu uygulamalar kişilerin duygu durumunu da etkilemektedir. Hasta olan birinin makyaj yaparak enerjisini yükseltmesi ve canlı görünmesi olasıdır. Üzgün birinin de ufak makyaj hileleri ile hüznünü gizlemesi olasıdır.

Kuaföre gitme sıklığı ve özgüven arasındaki ilişkide; çok Gidenlerin; en az gidenlere ve az gidenlere göre dış özgüven düzeyleri daha yüksektir. Bu analizde de kuaföre gitme sıklığı mı dış özgüven düzeyini etkiler yoksa dış özgüven yüksekliği mi kuaföre gitme sıklığını etkiler bilinmemektedir.

Araştırmamızda en çok kullanılan makyaj kozmetiği eyeliner/dipliner ve allık iken; Lanzuela, Lovendino, Munoz, Odon ve Caguioa (2019) tarafından yapılan çalışmada yüz pudrası ve dudak boyası olarak sonuçlanmıştır. Britton (2012) tarafından yapılan araştırma ise her durumda en çok rimelin ve en az ruj ile likit eyeliner kullanıldığı kanısına varmıştır. Yıllar içerisinde makyaj trendlerinin değişiyor olması, en çok kullanılan kozmetik ürünlerinde değişikliğe sebep olabilmektedir.

Çalışmamızda öğrenciler tek başına gezecekleri durumda 10 dakikadan daha az süreyi makyaj yapımına ayırırken; özel programlar, iş görüşmesi, üniversiteye ders için gidecekleri durumda 21-30 dakika kadar süreyi makyaja ayırmaktadır. Britton (2012)'un yaptığı araştırma 10 dakikadan az, 20 dakikadan fazla cevabını verenlerin sayısı da oldukça fazladır. Gidilecek yere göre makyaj süresi çok fazla farklılık göstermektedir.

Öğrencilerin üniversiteye ders için giderken ortalamanın üstünde makyajlı ($X=4,0606$) olanların, ortalama makyajlı ($X=3,6534$) olanlardan özgüven düzeyleri daha yüksektir. Üniversiteye ders için giderken aşırı makyajlı ($X=4,3427$) olanların, az makyajlılardan ($X=3,7988$) ve ortalama makyajlılardan özgüven düzeyi daha yüksektir. Bu analizde kullanılan toplam ürün adedine bağlı makyaj türleri genel çok genel bir ifadedir. Dolayısı ile makyaj ürün adedinin fazlalığı; makyajın yoğunluğu, aşırılığı hakkında bilgi vermez. Bir kişi bir ve ya iki makyaj ürünü ile çok abartılı makyajlar; yedi ve daha fazla ürün ile çok hafif makyajlar yapabilir. Bu konuya benzer bir çalışma yapan Lanzuela vd. (2019), en fazla makyaj tercihinin özel durumlar için olduğunu tespit ederken, çalışmamızda ilk sırada yer alan arkadaşlarla dışarıya çıkarken durumu ikinci sırada yine en fazla tercih edilen olarak yer almıştır. Bu çalışmaya göre her durumda en fazla yanıt; çok az makyajlı iken, çok yüksek oranda özel programlara giderken aşırı makyajlı olduğu yönündedir.

Öğrencilerin ortalama özgüven düzeyi; daha güzel olmak için makyaj yapan ve yapmayanlara göre anlamlı farklılık göstermektedir. Daha güzel olmak için makyaj yapmayan öğrencilerin ortalama özgüven düzeyleri makyaj yapanlara göre daha yüksektir. Makyajsız beğenilmediğini düşünerek makyaj yapan ve yapmayanlara göre anlamlı farklılık vardır. Bu durumda makyaj yapmayanların özgüven düzeyleri yapanlara göre daha yüksektir.

4.2. SONUÇ

Bu tezde makyaj kozmetikleri kullanımının üniversitede okuyan kadın öğrencilerin özgüven düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Bu amaçla 306 üniversite öğrencisi üzerine makyaj yapma ve kozmetik kullanımı ile özgüven düzeyini belirlemeye yönelik ölçek sorularını içeren anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS (versiyon 20) programı yardımıyla ilk olarak örneklemdaki kadın öğrencilerin makyaj yapma ve kozmetik kullanımı ile ilgili davranışları betimsel analizler ile ortaya konulmuştur. Daha sonra t-testleri ve ANOVA analizleri uygulanarak makyaj yapmanın özgüven, iç özgüven ve dış özgüven üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde üniversite öğrencilerinin özgüven düzeyi ile makyaj yapması arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak makyaj yapmanın derecesini temsil etmesi için kullanılan makyaja ayrılan bütçe, kuaföre gitme sıklığı, kullanılan kozmetik ürün sayısı ve daha güzel görünme amacıyla makyaj yapma durumunun özgüven üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu ortaya konulmuştur. Buna göre makyaj yapıp yapmaktan ziyade makyaj yapmanın yoğunluğu ve derecesinin özgüven üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma 2023-2024 yılı, Tokat İli Gaziosmanpaşa Üniversitesi farklı bölümlerde öğrenim gören kadın öğrencilerle, araştırma kapsamında incelenen “Makyaj Kozmetikleri Kullanımı, Kişisel Bilgi Formu ve Özgüven Ölçeği'nin” ölçtüğü nitelikler ile sınırlıdır. Öğrenim yıllarındaki yaş ortalamasının genç kadınlardan oluştuğu düşünüldüğünde makyaj kullanımının daha fazla olacağı düşünülse de, ekonomik özgürlüğün kısıtlı olmasının da makyaj ürün alımını ve kullanımını etkileyebileceği söz konusudur. Bu araştırma üniversite kadın öğrencileri ile sınırlı kalmayıp ekonomik özgürlüğünü eline almış kadınlar üzerinde de çalışılmalıdır. Hatta günümüzde erkeklerin makyaj kullanımında artış olduğundan bu araştırmadaki cinsiyet sınırlandırması da kaldırılabilir (Morrow, 2017).

Kozmetik ürünlerin, insanlardaki özgüvene etkisi ile ilgili çalışmalar kısıtlıdır. Plastik ve Estetik cerrahlara başvuru yapan hastalarda; toplum tarafından beğenilme arzusu, estetik görünme ihtiyacı, beden dismorfik bozukluğu, estetik kaygılarla bütünleşen sağlık problemlerinin olduğu görülmektedir (Gökçen, 2020). Kozmetik ile geçici olarak oluşturulan değişim kalıcı makyaj ve bazı operasyonlarla uzun süreli kullanılabilir. Dolayısı ile sonraki çalışmalara; kalıcı makyaj yaptırılanların, plastik estetik cerrahi hastalarının geçirdikleri operasyonlarının hedef ve sonuçları da kozmetik kullanımının özgüvene, kişisel ve sosyal yaşantısı üzerindeki etkisine eklenebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2013). Makyajın sahne estetiğindeki yeri (Yayın No. 346005). [Yüksek Lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Adamson, P. A. ve Galli, S. K. D. (2003). Modern concepts of beauty. Current opinion in otolaryngology and head and neck surgery, 11(4), 295-300. <https://www.doi.org/10.1097/00020840-200308000-00014>
- Afable, A. M., Robiños, K., Quiambao, M. M. ve Raffy Jay, C. V. (2014). Reason Why Women Wear Makeup. *Work*, 2(5).
- Agustanti, A. ve Astuti, K. (2022). Relationship Between Social Skills and Social Support with Peers' Academic Confidence on Boarding High School Students. *Journal International Dakwah and Communication*, 2(2), 97-110. <https://www.doi.org/10.55849/jidc.v2i2.201>
- Ajayi, O. M. ve Amin, S. (2021). Flow and performance effects of talc alternatives on powder cosmetic formulations. *International Journal of Cosmetic Science*, 43(5), 588-600.
- Akçınar, B. ve Özbek, E. (2017). Benlik gelişiminin öz-yeterlik algısı ve ebeveyn davranışlarıyla ilişkisi. *Türk Psikoloji Yazıları*, 20(40), 38-53.
- Akın, A. (2007). Öz-güven ölçeğinin geliştirilmesi ve psikometrik özellikleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 167-176.
- Aktaş, Ö. (2011). *Boşanma nedenleri ve boşanma sonrasında karşılaşılan güçlükler* (Yayın No. 286521). [Yüksek Lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Al-Hebaish, S. M. (2012). The correlation between general self-confidence and academic achievement in the oral presentation course. *Theory ve Practice in Language Studies*, 2(1). <https://www.doi.org/10.4304/tpls.2.1.60-65>
- Al Nasserı, Y. S., Renganathan, L., Al Nasserı, F. ve Al Balushi, A. (2014). Impact of students-teacher relationship on student's learning: A review of literature. *International Journal of Nursing Education*, 6(1), 167. <https://www.doi.org/10.5958/J.0974-9357.6.1.034>
- Al-Samydai, A., Hajleh, M. N. A., Othman, M. A., Marie, D., Altatar, E., Taher, H., Hamdan, R., Alharairy, R.H.R., Yousif, R. O. ve Al-Samydai, M. (2021). Make-Up effects:

- Psychological and sociological perspective. *International Journal of Pharmaceutical Research*, 1, 3166-3175. <https://www.doi.org/10.31838/ijpr/2021.13.01.550>
- Altunışık, R. ve Sarıkaya, N. (2011). Kişisel bakım olgusu ve kişisel bakım ürünlerine yönelik tüketici tutum ve tercihlerini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(2), 389-413.
- Aşkın, E. Ö. ve Aşkın, U. (2017). Sığınmaevlerinin aile içi şiddetle mücadelede kadını güçlendirme etkisi: Sığınmaevinde kalan kadınlar üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2017 Temmuz ICOMEP Özel Sayısı.
- Ateş, A. (2020). *Öğrencilerin özgüven ve sorumluluk duygusunun akademik başarı üzerindeki rolü* (Yayın No. 655067). [Yüksek Lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Aytekin, H. (2018). İnsan ilişkileri ve iletişim. Ankara: Pegem Akademi.
- Bakırcı, F. (2023). *Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin sportmenlik davranışı ile özgüven düzeylerinin incelenmesi* (Yayın No. 796036). [Yüksek Lisans tezi, Ardahan Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Baçoğlu, S.T. (2007). *Sınav kaygısı ile özgüven arasındaki ilişkinin erinlik döneminde incelenmesi* (Yayın No. 217683). [Yüksek Lisans tezi, Maltepe Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Baumrind, D. (1967). Child care practices anteceding three patterns of preschool behaviour. *Genetic Psychology Monographs*, 75(1), 43-88.
- Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *The Journal of Early Adolescence*, 11(1), 56-95. <https://doi.org/10.1177/0272431691111004>
- Bayraktar-Alpmen, G. ve Gülhan, S. (1981) Bebeklere uygulanan pişik preparatları. *FABAD Farmasötik Bilimler Dergisi*, 6(2), 1-4.

- Bekman, M. (2022). Halkla ilişkiler uygulamalarında nicel araştırma yöntemi: İlişkisel tarama modeli. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 6(16), 238-258.
- Bilgin, O. (2011). *Ergenlerde özgüven düzeyinin baz değişkenler açısından incelenmesi*. [Yüksek Lisans tezi, Sakarya üniversitesi] Sakarya Üniversitesi Açık Erişim Sistemi. <https://acikerisim.sakarya.edu.tr/handle/20.500.12619/74631?show=full>
- Blanco-Dávila, F. (2000). Beauty and the body: the origins of cosmetics. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 105(3), 1196-1204. <https://doi.org/10.1097/00006534-200003000-00058>.
- Brinegar, K. ve Weddle, E. (2014). The correlation between makeup usage and self-esteem. *PSY 344 Sosyal Psychology. Hannover College*.
- Britton, A.M. (2012). *The Beauty Industry's Influence on Women in Society*. Honors Theses and Capstones, Paper 86, University of New Hampshire.
- Can, Y. ve Aksu, N. B. (2016). Boşanma sürecinde ve sonrasında kadın. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58). <https://doi.org/10.17755/esosder.25593>
- Canpolat, B. I., Orsel, S., Akdemir, A. ve Ozbay, M. H. (2005). The relationship between dieting and body image, body ideal, self-perception, and body mass index in Turkish adolescents. *International Journal of Eating Disorders*, 37(2), 150-155. <https://doi.org/10.1002/eat.20081>
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1–5. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1).
- Ceylan, A. (2017). *Ergenlerde mükemmeliyetçi benlik sunumunun özgüven ile ilişkisi*. [Yüksek Lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi Açık Erişim Sistemi. <https://acikerisim.gelisim.edu.tr/xmlui/handle/11363/930>
- Cox, D. F. ve Bauer, R. A. (1964). Self-confidence and persuasibility in women. *The Public Opinion Quarterly*, 28(3), 453–466. <https://doi.org/10.1086/267266>
- Cunningham, J. (1992). Color cosmetics. In: Williams S.D. ve Schmitt W.H. editors. *Chemistry and technology of the cosmetics and toiletries industry*. Second Edition, 149-182. <https://doi.org/10.1007/978-94-009-1555-8>
- Çağatay-İrışlı, G. (2021). *Altın oranın temel makyaj uygulamalarında kullanım alanı* (Yayın No. 690727). [Yüksek Lisans tezi, Altınbaş Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>

- Çakırlı, N. (2017). *Anne-babaların çocuk yetiştirme tutumları ile 5-6 yaş aralığındaki çocukların özgüven düzeyinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Doğu Akdeniz Üniversitesi, Gazimağusa.
- Çayırılı, M., Tunca, M. ve Açıkgöz, G. (2013). Güneşten korunma ve güneşten koruyucular. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 12(2), 193 - 198.
- Çetinkaya, F. F. (2018). Psikolojik sözleşme ihlalleri ve örgütsel sinizm ilişkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 652-674.
- Çetinkaya, B., Gülaçtı, F. ve Çiftci, Z. (2019). Lise öğrencilerinin sosyal görünüş kaygı düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 10(17), 904-922. <https://doi.org/10.26466/opus.523444>
- Çırpan-Kantarcıoğlu, A. ve Evim-Sezgin, M. (2018). Bursa'da pediatrik talasemi, hemofili ve lösemili olgu annelerinin aşırı koruyucu ebeveyn tutumları ve duyu durumlarının değerlendirilmesi. *Güncel Pediatri*, 16(3), 37-50.
- Çomoğlu, T. (2012). Kozmetikler. *Marmara Pharmaceutical Journal*, 16(1), 1-8.
- Çölmekçi, S. (2022). Öğretmen Perspektifinden akran zorbalığı. (Yayın No. 770442). [Yüksek lisans tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi] Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Daye, M. ve Mevlitoğlu, İ. (2011). Nemlendiriciler. *Selçuk Üniversitesi, Tıp Dergisi*, 27(2), 124-127.
- Dedeoğlu, A. Ö. ve Savaşçı, İ. (2005). Tüketim kültüründe beden güzelliği ve yemek yeme arzuları: Kadınların tüketim pratiklerine yansımaları. *Ege Academic Review*, 5(1), 77-87.
- Dellinger, K. ve Williams, C. L. (1997). Makeup at work: Negotiating appearance rules in the workplace. *Gender and Society*, 11(2), 151-177. <https://doi.org/10.1177/089124397011002002>
- Dirik, K. (2016). *Ergenlerde akıllı telefon bağımlılığı ile öz-güven arasındaki ilişkilerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayın No. 447377). [Yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>

- Doganova-Ekim, B. (2020). *Kişilerin kaygı düzeyi ve özbenlik saygısının; estetik, plastik ve rekonstrüktif operasyon yaptırma isteğinin üzerindeki etkisinin incelenmesi* (Yayın No. 626862). [Yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Draelos, Z. D. (2001). Special considerations in eye cosmetics. *Clinics in dermatology*, 19(4), 424-430. [https://doi.org/10.1016/S0738-081X\(01\)00204-8](https://doi.org/10.1016/S0738-081X(01)00204-8)
- Draelos Z. D. (2018). The science behind skin care: Cleansers. *Journal of Cosmet Dermatol.* 17(1), 8-14. <https://doi.org/10.1111/jocd.12469>
- Draelos, Z. D. (2018). The science behind skin care: Moisturizers. *Journal Of Cosmetic Dermatology*, 17(2), 138-144. <https://doi.org/10.1111/jocd.12490>
- Duman, M. (2012, 27-28 Ağustos). *Kırşehir türkülerinde meyve* [Bildiri sunumu]. IV. Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Öğrenci Kongresi TUDOK, İstanbul.
- Ekinci, H. (2013). Müzik öğretmeni adaylarının solo sahne performansına ilişkin özgüven algılarının bazı değişkenler bakımından incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 52-64.
- Eser, G. (2010). What is trust? Comparing European and Turkish students' perceptions. *Öneri Dergisi*, 9(34), 203-211.
- Esin, K. ve Şanlıer, N. (2012). Çocukluk çağı obezitesinin psikososyal etkileri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 40(2), 149-154.
- Ezmeçi, F. ve Dilekmen, M. (2016). İlkokul birinci sınıf öğrencilerinin özgüvenleri. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 513-534.
- Feltz, D. L. (1988). Self-confidence and sports performance. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 16(1), 423-458.
- Fidan, T., Ayyıldız, P. ve Kurt, T. (2021). Eğitim liderliği araştırmalarında deneysel desenlerin yeri. İ. Aydın, İ. Öztürk, T. Güner Demir, Ö. Erdemli, B. Toptaş (Yay. Haz.). Prof. Dr. Ali Balcı'ya armağan içinde. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Fournier, P. F. (2002). Lorenz Güzellik Teorisi: The Lorenz theory of beauty. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 1(3), 131-136.

- Foustanos, A., Pantazi, L. ve Zavrides, H. (2007). Representations in plastic surgery: the impact of self-image and self-confidence in the work environment. *Aesthetic Plastic Surgery*, 31(5), 435-442. <https://doi.org/10.1007/s00266-006-0070-3>
- Gerçek, Z. (2021). *Kozmetik kimyası güzelliğin formülü*. Nobel Yayınevi.
- Gökçen, F. (2020). *İslam hukukuna göre cerrahi nitelikli estetik operasyonlar* (Yayın No. 639963). [Yüksek lisans tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Guéguen, N. ve Jacob, C. (2011). Enhanced female attractiveness with use of cosmetics and male tipping behavior in restaurants. *Journal of Cosmetic Science*, 62(3), 283-290.
- Guerra-Tapia, A. ve Gonzalez-Guerra, E. (2014). Hair cosmetics: dyes. *Actas Dermo-Sifiliogr*, 105 (9), 833-839. <https://doi.org/10.1016/j.ad.2014.02.004>
- Gupta, N. D., Etoff, N. L. ve Jæger, M. M. (2016). Beauty in mind: The effects of physical attractiveness on psychological well-being and distress. *Journal of Happiness Studies*, 17(3), 1313–1325. <https://doi.org/10.1007/s10902-015-9644-6>
- Günel, A. (2007). *Farklı anne baba tutumlarının okul öncesi eğitim çağındaki çocukların özgüven duygusunun gelişimine etkisi* (Yayın No. 217372). [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Haryati, H. ve Guntarti, A. (2022). An informative search of dyes content rhodamin b in blusher, lipstick, and eyeshadow cosmetics. *Journal of Halal Science and Research*, 3(1), 20-28. <https://doi.org/10.12928/jhsr.v3i1.6844>
- Humphreys, T. (2002). *Çocuk eğitiminin anahtarı: özgü gelişimine etkisi*. [Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi]. ven (Çev: T. Anapa). İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Hunt, K. A., Fate, J. ve Dodds, B. (2011). Cultural and social influences on the perception of beauty: A case analysis of the cosmetics industry. *Journal of Business Case Studies*, 7(1), 1-10.
- James, W. (1950). *The principles of psychology: vol 1 dover publications*. 1-80, 214-235, 462.(First published in 1890).

- Jones, A. L. ve Kramer, R. S. (2016). Facial cosmetics and attractiveness: comparing the effect sizes of professionally-applied cosmetics and identity. *Plos One*, 11(10). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0164218>
- Karademir, N. (2015). Fen Edebiyat Fakültesi coğrafya bölümü öğrencilerinin özgüven algıları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 53-77.
- Karaduman, A. (2003) Kozmetikler ve kadın, "Toplumsal cinsiyet sağlık ve kadın", Ed. Akın, A., Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Kaushik, N., Vijayasimha, M., Singh, V. ve Jha, R. K. (2019). Impact of cosmetics and self confidence level among women. *Journal of Drug Delivery and Therapeutics*, 9(3), 588-590.
- Kaya, N. ve Taştan, N. (2020). Özgüven üzerine bir derleme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 297-312.
- Kaya, Y. (2021). *Beden eğitimi öğretmenlerinin benlik saygısı ve mesleki benlik saygısı düzeylerinin çeşitli değişkenlere bağlı olarak incelenmesi: Ağrı ili örneği* (Yayın No. 706977). [Yüksek lisans tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Kılıç, A. K. ve Kılıç, A. (2013, Eylül). MEB ortaöğretim kurumlarındaki öğrencilerin akran zorbalığına maruz kalma düzeyleri ve özgüven arasındaki ilişki. *VI. Ulusal Lisansüstü Eğitim Sempozyumu*, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Korichi, R., Pelle-de-Queral, D., Gazano, G. ve Aubert, A. (2011). Relation between facial morphology, personality and the functions of facial make-up in women. *International Journal of Cosmetic Science*, 33(4), 338-345. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2494.2010.00632.x>
- Lanzuela, J. G., Lovendino, L. J., Munoz, J. E., Odon, J. M. C., ve Caguioa, J. J. O. (2019). Cosmetic product usage and self-confidence among HUMSS Students of Bayambang. <https://doi.org/10.31838/ijpr/2021.13.01.550>
- Lee, H. Y., Ju, H. Y. ve Kim, G. R. (2020). A Study on experiential consumption and development of the customized cosmetics on female university students in their 20s-

- Preliminary Study. *Journal of Digital Convergence*, 18(12), 595-606. <https://doi.org/10.14400/JDC.2020.18.12.595>
- Levy, L. L. ve Emer, J. J. (2012). Emotional benefit of cosmetic camouflage in the treatment of facial skin conditions: personal experience and review. *Clinical, Cosmetic and Investigational Dermatology*, 173-182. <https://doi.org/10.2147/CCID.S33860>
- Lindenfield, G. (2004). *Kendine güvenen çocuk yetiştirme* (Çev., Tümer, G.). Hyb Yayıncılık, İstanbul. (Original work published 2000).
- Mafra, A. L., Varella, M. A. C., Defelipe, R. P., Anchieta, N. M., de Almeida, C. A. G. ve Valentova, J. V. (2020). Makeup usage in women as a tactic to attract mates and compete with rivals. *Personality and Individual Differences*, 163, 110042. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110042>
- Malkinson, S., Waldrop, T. C., Gunsolley, J. C., Lanning, S. K. ve Sabatini, R. (2013). The effect of esthetic crown lengthening on perceptions of a patient's attractiveness, friendliness, trustworthiness, intelligence, and self-confidence. *Journal of Periodontology*, 84(8), 1126-1133. <https://doi.org/10.1902/jop.2012.120403>
- Matsushita, S., Morikawa, K. ve Yamanami, H. (2015). Measurement of eye size illusion caused by eyeliner, mascara, and eye shadow. *Journal of cosmetic science*, 66(3), 161-174.
- McCabe, M., Waal Malefyt, T. ve Fabri, A. (2020). Women, makeup, and authenticity: Negotiating embodiment and discourses of beauty. *Journal of Consumer Culture*, 20(4), 656-677. <https://doi.org/10.1177/1469540517736>
- Merey, B. (2010). *Yetişkinlerde özgüven duygusu ile anksiyete düzeyi arasındaki ilişkinin karşılaştırılması ve kültürlerarası bir yaklaşım* (Yayın No. 250399). [Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Militi, A., Sicari, F., Portelli, M., Merlo, E. M., Terranova, A., Frisone, F., Nucera, R., Alibrandi, Angela. ve Settineri, S. (2021). Psychological and social effects of oral health and dental aesthetic in adolescence and early adulthood: An observational study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(17), 9022. <https://doi.org/10.3390/ijerph18179022>

- Miller, D. J., Henning, T. ve Grünbein, W. (2001). Phase inversion of W/O emulsions by adding hydrophilic surfactant-a technique for making cosmetics products. *Colloids and Surfaces A: Physicochemical and Engineering Aspects*, 183, 681-688. [https://doi.org/10.1016/S0927-7757\(01\)00494-0](https://doi.org/10.1016/S0927-7757(01)00494-0)
- Milli Eğitim Bakanlığı (2011a). *El ayak bakımı kozmetikleri modülü*. Ankara, MEGEP bülten.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2011b). *Makyaj kozmetikleri modülü*. Ankara, MEGEP bülten.
- Mishra, P. ve Dwivedi, S. (2012). Formulation and evaluation of lipstick containing herbal ingredients. *Asian Journal of Medical and Pharmaceutical Researches*, 2(3), 58-60.
- Morrow, L. K. (2017). Cosmetic beauty: The intrinsic and extrinsic motivators. *Siegel Institute Ethics Research Scholars*, 2(1), 2.
- Naz, N. (2023). *Algılanan ebeveyn tutumları, çocukluk çağı travmaları, tanrısal otorite ilişkileri ve ego fonksiyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayın No. 840720). [Doktora tezi, Doğu Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Nishino, K., Nakamura, M., Matsumoto, M., Tanno, O. ve Nakauchi, S. (2011). Optical filter for highlighting spectral features part I: design and development of the filter for discrimination of human skin with and without an application of cosmetic foundation. *Optics Express*, 19(7), 6020-6030. <https://doi.org/10.1364/OE.19.006020>
- Olweus, D. (1993). *Bullying at school: What we know and what we can do?* Malden, MA: Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/pits.10114>
- Oney, E. ve Oksuzoglu-Guven, G. (2015). Confidence: A critical review of the literature and an alternative perspective for general and specific self-confidence. *Psychological Reports*, 116(1), 149-163. <https://doi.org/10.2466/07.PR0.116k14w0>
- Orth, U. ve Robins, R. W. (2013). Understanding the link between low self-esteem and depression. *Current Directions in Psychological Science*, 22(6), 455-460. <https://doi.org/10.1177/0963721413492763>
- Orth, U. ve Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381-387. <https://doi.org/10.1177/0963721414547414>

- Özdemir, K. (2019). *Okul öncesi dönemdeki 5 yaş çocuklarının davranış problemleriyle anne-baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayın No. 570442). [Yüksek lisans tezi, Ufuk Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Özen, Y. ve Gülaçtı, F. (2010). Benlik-kavramı ve benliğin gelişimi bilen benliğe gereksinim var mı? *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 20-38.
- Özerkan, E. (2007). *Öğretmenlerin öz-yeterlik alguları ile öğrencilerin sosyal bilgiler benlik kavramları arasındaki ilişki* (Yayın No. 240972). [Yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Özgün, L. T. (1987). *Ergenlerde benlik kavramı* (Yayın No. 2636). [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Palumbo, R., Fairfield, B., Mammarella, N. ve Di Domenico, A. (2017). Does make-up make you feel smarter? The “lipstick effect” extended to academic achievement. *Cogent Psychology*, 4(1), 1327635. <https://doi.org/10.1080/23311908.2017.1327635>
- Peuvrel, L., Quéreux, G., Brocard, A., Saint-Jean, M., Vallet, C., Mère, A., Labetoulle, G., Le Fol, C. ve Dréno, B. (2012). Evaluation of quality of life after a medical corrective make-up lesson in patients with various dermatoses. *Dermatology*, 224(4), 374-380. <https://doi.org/10.1159/000339478>
- Plecha, M. (2002). *The impact of motivation, student-peer, and student-faculty interaction on academic self-confidence*. 22 Mayıs 2023 tarihinde <https://eric.ed.gov/?id=ED464149> adresinden edinilmiştir.
- Plummer, D. (2001). *Helping children to build self-esteem: a photocopiable activities book*. London: Kingsley, J. Publishers
- Quraishi, N. H. (2019). *Self-confident, inside and out: exploring the antecedents of internal and external self-confidence in women leaders*. [Master of Science, Industrial Organizational Psychology Melbourne, Florida].

- Rayner V. L. (1998). *Camouflage cosmetics*. In: R Baran, HI Maibach, eds. Textbook of Cosmetic Dermatology, 2nd edn. London: Martin Dunitz; 1998: 418–32.
- Rejakumar, P., M. P, S. C., Prasobh, G. R., Renjini, A. S., Sahishna, S. S. ve Akhila, J. B. (2022). An overview on cream blush. *International Journal of Pharmaceutical Research and Applications*, 7(2), 1659-1667.
- Rhodewalt, F. ve Petersan, B. (2008). *The self and social behavior, the fragile self and interpersonal self regulation* (s.49-78). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203838082>
- Rif'ati, M. I., Maghfiroh, V. S., Fajrianiiii, N. ve Arumsari, A. (2018). Benefits of self confidence in public speaking for students. *Airlangga University Surabaya*.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S., Burt, R.S. ve Camerer, F. C. (1998). Not so different after at all: a cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3). <https://doi.org/10.5465/amr.1998.926617>
- Sadr, J., Jarudi, I. ve Sinha, P. (2003). The role of eyebrows in face recognition. *Perception*, 32(3), 285-293. <https://doi.org/10.1068/p5027>
- Sağat, H. (2016). *Bireylerin anne baba tutumlarının özgüven ve sosyal fobiye olan ilişkisinin incelenmesi* (Yayın No. 441123). [Yüksek lisans tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Sarıçam, H. ve Güven, M. (2012). Özgüven ve dini tutum. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(7), 573-586. DOI:[10.9761/jasss_244](https://doi.org/10.9761/jasss_244)
- Satish, V. (2016). Knowledge, attitudes, and oral health practices of school children in davangere. *International Journal of Clinical Pediatric Dentistry*, 9(2), 172–176. DOI:[10.5005/jp-journals-10005-1358](https://doi.org/10.5005/jp-journals-10005-1358)
- Sayışman, S. (2018). *Ergenlerin mükemmeliyetçilik düzeyleri ile özgüvenleri arasındaki ilişki* (Yayın No. 490921). [Yüksek lisans tezi, Nişantaşı Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Sevim, K. ve Artan, T. (2021). Yüksek ve düşük benlik saygısını etkileyen faktörler. *Toplumsal Politika Dergisi*, 2(2), 109-121.

- Sharma, G. K., Gadhiya, J. ve Dhanawat, M. (2018). *Textbook of cosmetic formulations*. Department of Pharmacy, Mewar University, Rajasthan-312, 901.
- Shaw, R. B. (1997). *Trust in the balance: Building successful organizations on results, integrity, and concern*. San Francisco: Jossey-Bass
- Song, S. H., Hong, K. W., Han, J. S., Kim, K. S. ve Park, S. G. (2017). A study on the improvement of skin-affinity and spreadability in the pressed powder using air jet mill process and mono-dispersed pmma. *Journal of the Society of Cosmetic Scientists of Korea*, 43(1), 61-68. DOI:[10.15230/SCSK.2017.43.1.61](https://doi.org/10.15230/SCSK.2017.43.1.61)
- Steiling, W., Almeida, J. F., Assaf-Vandecasteele, H., Gilpin, S., Kawamoto, T., O’Keeffe, L., Pappa, G., Rettinger, K., Rothe, H.ve Bowden, A. M. (2018). Principles for the safety evaluation of cosmetic powders. *Toxicology letters*, 297, 8-18. <https://doi.org/10.1016/j.toxlet.2018.08.011>
- Şar, A. H., Avcu, R. ve Işıklar, A. (2010). Analyzing undergraduate students' self confidence levels in terms of some variables. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5, 1205-1209. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.262>
- Şenol, F. B. ve Karaca, N. H. (2020). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Benlik Kavramı ve Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (54), 1-19. <https://doi.org/10.21764/maeuefd.606614>
- Taşdan T. (2020). Ergenlerde özgüven düzeyi beden algısı ve yalnızlık arasındaki ilişki, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi] Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşa.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. Kozmetik Kanunu, Resmi Gazete, Sayı.5324, (2005).
- Titretir-Duran, S. (2018). Dermal kozmetik olarak yaygın kullanılan fondötenlerin yapısal özelliklerinin Pb Cd ve Cu içeriklerinin belirlenmesi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 6(1), 47-62.
- Tommerup, K. ve Furnham, A. (2019). How does the use of facial cosmetics influence social perceptions of women in the recruitment process? *Psychology*, 10(04), 481-499. <https://doi.org/10.4236/psych.2019.104032>
- Toros, F., Özge, C. ve Bayramkaya, E. (2009). Ergenlerde gözlük takma ile özgüven ve sigara kullanımı arasında ilişki var mı? *Yeni Symposium* 47(2), 91-97.

- Tuncer, A. Ö. (2019). *Küresel kozmetik endüstrisi: Dev şirketler, rekabet ve küresel pazarlama stratejileri üzerine sosyo-ekonomik bir inceleme* (Yayın No. 590639). [Yüksek lisans tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Türk Dil Kurumu (t.y). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 27 Ocak 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (t.y). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 15 Mart 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (t.y). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 28 Mart 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (t.y). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 1 Nisan 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (t.y). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 1 Nisan 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (t.y). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 4 Mayıs 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Upadhyay, D., Talwar, S., Tiwari, S. ve Gujral, H. K. (2020). Self-confidence a demeanor to emotional intelligence. *Proteus Journal*, 11(11), 120-134.
- Uykan, E. ve Akkaynak, M. (2019). Ebeveyn tutumları ile çocukların öz düzenlemeleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 6(3), 1620-1644.
- Uzel, İ. (2011). Anadolu uygarlıklarında kozmetoloji. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Dergisi*, 1(1), 47-54
- Warsah, I. ve Nashori, F. (2020). Model of everyone is a teacher here: Solution to build up students' self-confidence. *Jurnal Psikologi Integratif*, 8(2), 1-17.
<https://doi.org/10.14421/jpsi.v8i2.2061>
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenilirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yazan, Y. (2010). *Kozmetik bilimi*. Nobel Yayınevi.

Yıldız, M. (2012). *Öğretmen adaylarının benlik saygısı ve kişilik özelliklerinin sahip oldukları değerler açısından incelenmesi*. (Yayın No. 311802). [Yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>

Yıldız, S. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme sorunu: Nicel ve nitel paradigmalardan örnekleme kuramına bütüncül bir bakış. *Kesit Akademi Dergisi*, (11), 421-442.

Zeigler-Hill, V. (Ed). (2013). *Self-esteem*. Psychology Press.

Zeri, F., Borghesi, A., Acciarri, M. ve Tavazzi, S. (2021). Interaction between siloxane-hydrogel contact lenses and eye cosmetics: Aluminum as a marker of adsorbed mascara deposits. *Polymers and Polymer Composites*, 29(5), 427-435. <https://doi.org/10.1177/0967391120922421>

EKLER**EK-1: Anket Formu**

Değerli Katılımcı,

Kozmetik ürün kullanımının kadınların özgüveni üzerine etkisinin incelenmesiyle ilgili bir araştırma yürütmekteyiz. Çalışmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Eğer bu araştırmaya gönüllü olarak katılmak istiyorsanız, ekte sunulan soruları cevaplayınız. Alınan bilgiler grup halinde değerlendirileceğinden, isminizi yazmanız gerekli değildir. Dolduracağınız anketlerdeki soruların doğru veya yanlış cevabı yoktur. Açıklamaları ve anketleri **dikkatle** okuyup, soruları içtenlikle cevaplandırmanız, çalışmamız açısından çok önemlidir. Vereceğiniz bilgiler tamamen **gizli** tutulacak ve yalnızca tarafımızca bilinecektir.

Lütfen tüm maddeleri yanıtlayınız. Maddeler üzerinde çok fazla zaman kaybetmeden, aklınıza ilk gelen ve sizin için doğru cevabı veriniz. Her maddeyle ilgili düşüncelerinizi ve her maddeye ne oranda katıldığınızı yandaki ifadelerden yararlanarak rakamların bulunduğu ilgili bölüme işaretleyiniz.

TEŞEKKÜRLER

1. Yaşınız :			
2. Bölümünüz :			
3. Sınıfınız :			
<input type="checkbox"/> Ön Lisans	<input type="checkbox"/> Hazırlık	<input type="checkbox"/> 1.Sınıf	<input type="checkbox"/> 2.Sınıf
<input type="checkbox"/> 3. Sınıf	<input type="checkbox"/> 4.Sınıf	<input type="checkbox"/> 5.Sınıf	<input type="checkbox"/> 6.Sınıf
<input type="checkbox"/> Yüksek Lisans	<input type="checkbox"/> Doktora		
4. Medeni/ İlişki durumunuz			
<input type="checkbox"/> Sevgilim var	<input type="checkbox"/> Sözlüyüm	<input type="checkbox"/> Nişanlıyım	<input type="checkbox"/> Evliyim
<input type="checkbox"/> İlişkim yok	<input type="checkbox"/> Boşandım	<input type="checkbox"/> Dulum	
5. Herhangi bir işte çalışıyor musunuz? (5. soruya cevabınız hayır ise 7. Soruya geçiniz)			
<input type="checkbox"/> Evet		<input type="checkbox"/> Hayır	
6. Çalışma durumunuz			
<input type="checkbox"/> Yarı zamanlı		<input type="checkbox"/> Tam zamanlı	<input type="checkbox"/> Staj yapıyorum
7. Aylık gelir düzeyi			
<input type="checkbox"/> 0-1500 TL		<input type="checkbox"/> 1501-3000 TL	
<input type="checkbox"/> 3001-4500 TL		<input type="checkbox"/> 4501-6000 TL	
<input type="checkbox"/> 6001 TL ve üzeri			

8. Nerede kalıyorsunuz?	
<input type="checkbox"/> Ailemle	<input type="checkbox"/> Devlet yurdu
<input type="checkbox"/> Özel yurt	<input type="checkbox"/> Öğrenci evinde tek
<input type="checkbox"/> Öğrenci evinde arkadaşlarla	<input type="checkbox"/> Kendi evimde
9. Makyaj yapıyor musunuz? (Cevabınız 'Hayır' ise 13. Soruya geçiniz)	
<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
10. Neden makyaj yapıyorsunuz? (Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz)	
<input type="checkbox"/> Canlı görünmek için	
<input type="checkbox"/> Sivilcelerimi kapatmak için	
<input type="checkbox"/> Lekelerimi kapatmak için	
<input type="checkbox"/> Yüzümdeki bazı kısımları beğenmediğim için (Göz, burun, kaş, dudak vs.)	
<input type="checkbox"/> Makyajsız kendimi beğenmediğim için	
<input type="checkbox"/> Makyaj yapmak daha enerjik hissettirdiği için	
<input type="checkbox"/> Makyajsız insanların beni beğenmeyeceğini düşündüğüm için	
<input type="checkbox"/> Daha çekici görünmek için	
<input type="checkbox"/> Dikkat çekmek için	
<input type="checkbox"/> İnsanların makyaj yapmadığımda yüzümü incelemesinden rahatsız olduğum için	
<input type="checkbox"/> Daha güzel olmak için	
<input type="checkbox"/> Diğer.....	
11. Makyaj için aylık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz?	
<input type="checkbox"/> 0-200 TL	<input type="checkbox"/> 201-400 TL
<input type="checkbox"/> 401-600 TL	<input type="checkbox"/> 601-800 TL
<input type="checkbox"/> 801-1000 TL	<input type="checkbox"/> 1001 TL ve üzeri
12. Makyajınızı yaparken daha çok nereden esinlenirsiniz? (Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz)	
<input type="checkbox"/> Yok	<input type="checkbox"/> Dergilerdeki ünlüler
<input type="checkbox"/> Dizi ve sinemalardaki ünlüler	<input type="checkbox"/> Şarkıcılar
<input type="checkbox"/> Youtube kanalları	<input type="checkbox"/> Instagram
<input type="checkbox"/> Diğer.....	
13. Bir gün içerisinde ayna karşısında ne kadar zaman geçirirsiniz?	
<input type="checkbox"/> 5 dakikadan az	<input type="checkbox"/> 5-10 dakika
<input type="checkbox"/> 11-20 dakika	<input type="checkbox"/> 21-30 dakika
<input type="checkbox"/> 31-40 dakika	<input type="checkbox"/> 41-50 dakika
<input type="checkbox"/> 51-60 dakika	<input type="checkbox"/> 61+ dakika
14. Kuaföre hangi sıklıkla gidersiniz?	
15. Kuaföre hangi sebeplerle gidersiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
<input type="checkbox"/> Saç kesimi	<input type="checkbox"/> Fön
<input type="checkbox"/> Depilasyon (Kıl temizliği)	<input type="checkbox"/> Manikür
<input type="checkbox"/> Pedikür	<input type="checkbox"/> Günlük makyaj
<input type="checkbox"/> Dip Boyası	<input type="checkbox"/> Saç Rengimi değiştirmek
<input type="checkbox"/> Kalıcı makyaj	<input type="checkbox"/> Sohbet etmek
<input type="checkbox"/> Diğer.....	

Özgüven Ölçeği

Sizin için uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koymanızdır. Her sorunun karşısında bulunan; (1) Hiç bir zaman (2) Nadiren (3) Sık sık (4) Genellikle ve (5) Her zaman anlamına gelmektedir. Lütfen her ifadeye mutlaka TEK yanıt veriniz ve kesinlikle BOŞ bırakmayınız.

1	Kendimi başarılı bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5
2	Başkalarının yanında heyecanımı kontrol edebilirim.	1	2	3	4	5
3	Seçimlerimde başkalarına bağımlı değilimdir.	1	2	3	4	5
4	Yaşamdaki zorluklarla baş edebilirim.	1	2	3	4	5
5	Benim için aşılamayacak sorun yoktur.	1	2	3	4	5
6	Başkalarının görüşlerine saygı gösteririm.	1	2	3	4	5
7	Problemlerimin üstesinden gelebileceğime inanırım.	1	2	3	4	5
8	Sosyal etkinliklere katılmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
9	Verdiğim kararların arkasında dururum.	1	2	3	4	5
10	Kendi kendime yetebileceğime inanırım.	1	2	3	4	5
11	Aktif birisi olduğumu düşünürüm.	1	2	3	4	5
12	Öz-eleştiri yapabilirim.	1	2	3	4	5
13	Anlamadığım konularda başkalarına soru sorabilirim.	1	2	3	4	5
14	Yeni girdiğim ortamlara uyum sağlarım.	1	2	3	4	5
15	Kendimle barışık bir insanım.	1	2	3	4	5
16	Gerektiğinde sonuna kadar hakkımı savunurum.	1	2	3	4	5
17	İstediğim şeyleri elde etmek için mücadele edebilirim.	1	2	3	4	5
18	Kendimi rahat bir şekilde ifade edebilirim.	1	2	3	4	5
19	Kendimi ve başkalarını olduğu gibi kabul ederim.	1	2	3	4	5
20	Çevremde yeteri kadar güvенеbileceğim insan vardır.	1	2	3	4	5
21	Sorumluluk almaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
22	Diğer insanların eleştirilerini anlayışla karşılayabilirim.	1	2	3	4	5
23	Sıkıntılı anlarımda bile olumlu düşünmeye çalışırım.	1	2	3	4	5
24	Ön plana çıkmaktan korkmam.	1	2	3	4	5
25	Başarısız olduğumda hemen pes etmem.	1	2	3	4	5
26	Başka insanlarla kolaylıkla iletişim kurabilirim.	1	2	3	4	5
27	Değerli birisi olduğuma inanırım.	1	2	3	4	5
28	Kolay arkadaş edinebilirim.	1	2	3	4	5
29	Düşüncelerimi ifade ederken başkalarından çekinmem.	1	2	3	4	5
30	Kolay karar verebilirim.	1	2	3	4	5
31	Sosyal bir insan olduğuma inanırım.	1	2	3	4	5
32	Kendimi severim.	1	2	3	4	5
33	Başka insanların övgülerini hak ettiğime inanırım.	1	2	3	4	5