



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

NÖROPAZARLAMA ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**NÖROPAZARLAMADA ENNEAGRAM KİŞİLİK
MODELİNİN KARAR VERME SÜRECİNE ETKİSİ
ÜZERİNE BİR GÖZ TAKİBİ ÇALIŞMASI:
TİP 4,7 VE 8 İÇİN NETFLİX ÖRNEĞİ**

Oğuz Görkem GÜRBÜZ

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Sinan Canan**

İSTANBUL, 2022

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

NÖROPAZARLAMA ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**NÖROPAZARLAMADA ENNEAGRAM KİŞİLİK
MODELİNİN KARAR VERME SÜRECİNE ETKİSİ
ÜZERİNE BİR GÖZ TAKİBİ ÇALIŞMASI:
TİP 4,7 VE 8 İÇİN NETFLİX ÖRNEĞİ**

Oğuz Görkem GÜRBÜZ

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Sinan Canan**

İSTANBUL, 2022

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Nöropazarlamada Enneagram Kişilik Modelinin Kara Verme Sürecine Etkisi Üzerine Bir Göz Takibi Çalışması: 4,7 ve 8 için Netflix Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../08/2022

Oğuz Görkem GÜRBÜZ

İmza

TEŞEKKÜR

Bu araştırmada başta aileme, kıymetli hocam İsmail Acarkan'a ve tez danışmanım çok değerli Prof. Dr. Sinan Canan hocama en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca yardımcı tez danışmanım Dr. Selami Varol Ülker'e, laboratuvar hocam Kılınç Orhan Erdemir'e, Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Şehidoğlu'na ve çalışmama kendi geliştirdiği Characterix kişilik envanteri ile katkıda bulunan Sayın Aykut Yıldırım ve Characterix ekibine sonsuz teşekkür ediyorum. Son olarak laboratuvar sürecini beraber yürüttüğümüz, dönem arkadaşım Esil Sönmez Kence'ye, laboratuvar stajyerleri Nur Beyza Köse ve Burak Bulut'a çok teşekkür ederim.

...../08/2022

Oğuz Görkem GÜRBÜZ

İmza



Bu tezi sevgili yeğenime ithaf ediyorum.

ÖZET

Kişilik kuramlarına göre kişilerin belirlenmesi ve davranışlarının değerlendirilmesi pazarlamacılar için oldukça faydalı olabilir. (Gale ve Wampler, 2006) Kişilerin tercih ve yönelimleri hakkında ön bilgi edinilebilir ve ürün veya hizmetler bilinçli bir şekilde hazırlanabilir. Bu çalışmada enneagram kişilik modeline göre tip-4, tip-7 ve tip-8 katılımcıların (her tipten 30'ar toplam 90 kişi) içerik yönelimleri incelenmiştir. Katılımcılar 18-35 yaş aralığında ve İstanbul çevresinde ikamet edenlerden oluşmaktadır. Characterix envanteri ile enneagram kişilik tipleri belirlenen katılımcılar Üsküdar Üniversitesi Nöropazarlama laboratuvarında deneye alınmışlardır. Deneyde uyaran olarak üç görsel gösterilmiştir. Her bir görselde drama, macera ve aksiyon kategorileri bulunmaktadır. Katılımcılardan bu görselleri inceleyip içlerinden izlemek için içerik seçmeleri istenmiştir. Farklı içerik kategorilerinde farklı filmler bulunmaktadır ve katılımcıların kişilik yapılarına göre tercih ve yönelimlerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Kişilik yapılarındaki farklılıkların içerik seçim ve yönelimlerinde de farklılık göstermesine yönelik bulgulara ulaşan bu çalışma gelecekte yapılacak araştırmalara da öncü olacak ve yol gösterecektir.

Anahtar Kelimeler: kişilik kuramları, enneagram, göz takip cihazı, nöropazarlama, pazarlama

ABSTRACT

Identifying people and evaluating their behavior according to personality theories can be very useful for marketers. (Gale ve Wampler, 2006). Preliminary information about people's preferences and orientations can be obtained and products or services can be prepared consciously. In this study, the content orientations of type-4, type-7 and type-8 participants (30 of each type, a total of 90 people) according to the enneagram personality model were examined. Participants are between the ages of 18-35 and residing around Istanbul. Participants whose enneagram personality types were determined by the Characterix inventory were included in the experiment in Üsküdar University Neuromarketing laboratory. Three images were shown as stimuli in the experiment. Each image has drama, adventure and action categories. Participants were asked to examine these images and select content among them to watch. There are different films in different content categories and significant differences were found in the preferences and orientations of the participants according to their personality structures. This study, which has reached the findings that the differences in personality structures cause differences in content selection and orientation, will also be a pioneer and guide for future research.

Keywords: personality theories, enneagram, eye tracker, neuromarketing, marketing

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	i
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ.....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1
1. TEMEL KİŞİLİK KURAMLARINA GENEL BAKIŞ	3
1.1. Sigmund Freud.....	3
1.2. Carl Gustav Jung.....	3
1.3. Erich Fromm.....	4
1.4. Gordon Willard Allport.....	5
1.5. Raymond Bernard Cattell	5
1.6. Robert Roger McCrae ve Paul T. Costa (Beş Büyük Faktör (Big Five Theory))	7
2. ENNEAGRAM TANIMI VE TARİHÇESİ.....	8
2.1. Enneagram Kişilik Kuramının Temel Kavramları	8
2.2. Enneagram Kişilik Tipleri	9
3. NÖROPAZARLAMA	13
3.1. Tarihi Gelişimi	15
3.2. Ölçüm Teknikleri Ve Uygulamaları.....	16
3.3. Nöropazarlama ve Etik.....	19
3.4. Nöropazarlama ve Kişilik Kuramları İlişkisi	19
4. YÖNTEM	22
4.1. Araştırmanın Amacı	22

4.2. Araştırmanın Hipotezleri	22
4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	22
4.4. Araştırmanın Kapsamı	23
4.5. Veri Toplama Araçları Ve Özellikleri	24
4.6. Araştırmada Kullanılacak İşlemler Ve Değişkenler	24
5. BULGULAR	28
5.1. Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi.....	30
5.2. Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi ve Katılımcıların Sesli Yanıtları İle Karşılaştırılması.....	71
6. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	88
6.1. Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi.....	88
6.2. Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi ve Katılımcıların Sesli Yanıtları İle Karşılaştırılması.....	93
6.3. Hipotezlerin Genel Değerlendirmesi ve Tartışma.....	96
6.4. Çalışmanın Güçlü Yanları	101
6.5. Çalışmanın Sınırlılıkları.....	102
6.6. Öneriler	102
KAYNAKÇA.....	104
EKLER.....	107
Ek.1.	107
Ek.2.	108
Ek.3.	112
Ek.4.	113
Özgeçmiş	115

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Fromm Karakter Yönelimleri	4
Tablo 2. Cattell Kaynak Özellikler	6
Tablo 3. Beş Büyük Faktör	7
Tablo 4. Enneagram Kişilik Tipleri	9
Tablo 5. Nöropazarlama Ölçüm Teknikleri	16
Tablo 6. Katılımcılar ile İlgili Sosyodemografik Veriler	28
Tablo 7. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	30
Tablo 8. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	31
Tablo 9. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	33
Tablo 10. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	34
Tablo 11. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	36
Tablo 12. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	37
Tablo 13. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	39
Tablo 14. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	40
Tablo 15. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	42
Tablo 16. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	44
Tablo 17. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	45
Tablo 18. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	47

Tablo 19. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	48
Tablo 20. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Kadın Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	50
Tablo 21. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Erkek Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	52
Tablo 22. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	53
Tablo 23. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	55
Tablo 24. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	56
Tablo 25. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	58
Tablo 26. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	59
Tablo 27. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	60
Tablo 28. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	61
Tablo 29. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	63
Tablo 30. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	64
Tablo 31. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)	66
Tablo 32. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	67
Tablo 33. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	69
Tablo 34. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=8).....	71

Tablo 35. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıta Drama (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=22)	72
Tablo 36. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıta Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=9).....	73
Tablo 37. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıta Drama (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=21)	73
Tablo 38. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıta Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=9).....	74
Tablo 39. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıta Drama (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=21)	75
Tablo 40. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıta Aksiyon-Drama (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=16).....	76
Tablo 41. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıta macera (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=14)	77
Tablo 42. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıta Aksiyon-Drama (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=9).....	78
Tablo 43. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıta Macera (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=21)	79
Tablo 44. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıta Drama-aksiyon (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=16).....	80
Tablo 45. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıta macera (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=14)	81
Tablo 46. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıta Macera-Drama (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15).....	82
Tablo 47. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıta Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)	83

Tablo 48. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Drama- Macera (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=17).....	84
Tablo 49. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=13)	85
Tablo 50. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Drama-macera (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=13).....	86
Tablo 51. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=17)	87
Tablo 52. Tip-4 Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=30).....	88
Tablo 53. Tip-4 Kadın Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15).....	88
Tablo 54. Tip-4 Erkek Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)	89
Tablo 55. Tip-7 Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=30).....	89
Tablo 56. Tip-7 Kadın Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15).....	90
Tablo 57. Tip-7 Erkek Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)	90
Tablo 58. Tip-8 Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=30).....	91
Tablo 59. Tip-8 Kadın Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15).....	91
Tablo 60. Tip-8 Erkek Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)	92
Tablo 61. Tip-4 Katılımcıların Sesli Yanıtlarının Göz İzlem Parametreleri	93
Tablo 62. Tip-7 Katılımcıların Sesli Yanıtlarının Göz İzlem Parametreleri	94
Tablo 63. Tip-8 Katılımcıların Sesli Yanıtlarının Göz İzlem Parametreleri	95
Tablo 64. Hipotez Durumları.....	97

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Çalışma Kapsamındaki Katılımcı Profili.....	23
Şekil 2. Çalışma Kapsamında Düzenlenmiş Netflix Platformu Arayüz Görseli 1	26
Şekil 3. Çalışma Kapsamında Düzenlenmiş Netflix Platformu Arayüz Görseli 2	26
Şekil 4. Çalışma Kapsamında Düzenlenmiş Netflix Platformu Arayüz Görseli 3	27
Şekil 5. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=30)	31
Şekil 6. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	32
Şekil 7. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	34
Şekil 8. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=30)	35
Şekil 9. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	37
Şekil 10. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	38
Şekil 11. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=30)	40
Şekil 12. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	42
Şekil 13. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	43
Şekil 14. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=30)	45
Şekil 15. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	46
Şekil 16. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	48
Şekil 17. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=30)	50
Şekil 18. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	51
Şekil 19. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	53
Şekil 20. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=30)	54

Şekil 21. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	56
Şekil 22. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	57
Şekil 23. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=30)	59
Şekil 24. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	60
Şekil 25. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	61
Şekil 26. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=30)	62
Şekil 27. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	64
Şekil 28. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	65
Şekil 29. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=30)	67
Şekil 30. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	68
Şekil 31. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15).....	70

GİRİŞ

İnsan davranışlarını anlamak için geçmişten bu yana teoriler üretilmiştir. Milat öncesi dönemlerden günümüze kadar insanların anlam arzusu hiç dinmemiştir. Toplumlar geçmişten günümüze sürekli değişim ve gelişim içerisinde. Toplumsal gelişim sürecinde, günümüzdeki toplumun yapısına bakıldığında dinamik bir yapı görülmektedir. Pazar kesitleri geniştir ve çok çeşitlidir. Her kesimden tüketiciye, her türden ürün üretilmekte ve geliştirilmektedir. Satış, pazarlama, tüketim ve tüketici kavramları altında pazarlamacılar, sektörde bir yere sahip olabilmek için tüketici istek ve ihtiyaçlarına duyarlı olmak zorundadır. Bu noktada geçmiş dönemlerde kullanılan anket ve derinlemesine görüşme gibi geleneksel pazarlama araştırma yöntemleri günümüzde yetersiz kalmaktadır. (Gedik & Kesek, 2017; Girişken, 2018) Geleneksel araştırma yöntemleri gün geçtikçe yerini nöropazarlama araştırma yöntemleri ile paylaşmaktadır. Nöropazarlama elde ettiği verilere; Göz İzleme (Eye Tracking), Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme (fMRI), Elektroensefalografi (EEG), Deri İletkenliği (Galvanic Skin Response - GSR), Yüz İfade Tanımlama (Facial Action Coding System - FACS) gibi nörobilim ölçüm aletlerini kullanılarak ulaşabilmektedir. (Erdemir & Yavuz, 2016)

İnsanların gelişmiş medeniyetler kurmasının bir sonucu olarak daha fazla ikili ilişkiler kurulmaya başlanmış ve bu durumun bazı sonuçları ortaya çıkmıştır. En önemli sonuç kişiler arasındaki farklılıkların ortaya çıkmasıdır. Pazarlamacılar nöropazarlama araştırma yöntemlerini kullanarak tüketici kesimin fizyolojik tepkilerini ölçebilir ve elde edilen verileri anlamlı bir bütün haline getirerek tüketici deneyimini arttırmada kullanabilir. Bunu yaparken her pazarlamacının karşılaştığı durumlardan biri olan tüketici bireylerin farklılığı, çeşitli kişilik kuramları ile daha anlaşılır ve anlamlı bir veri elde edebilir hale gelecektir.

“Nöropazarlamada Enneagram Kişilik Modelinin Karar Verme Sürecine Etkisi Üzerine Bir Göz Takibi Çalışması: Tip 4,7 ve 8 için Netflix Örneği” isimli bu çalışma içerik seçim ve yönelimlerinin enneagram kişilik yapıları belirlenen katılımcılardan göz takip cihazı ile ölçülmesi açısından alanda ilktir. Çalışmada birinci ve ikinci bölümde temel kişilik kuramları ve enneagram anlatılmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde nöropazarlama anlatılmaktadır. Çalışmanın dördüncü bölümünde yöntem anlatılmaktadır. Çalışmanın beşinci bölümünde detaylı bir şekilde bulgular yer almaktadır. Her grup için ayrı ayrı heatmap (ısı haritaları) ile açıklamaları da

anlatılmaktadır. Son ve altıncı bölümde ise tartışma ve sonuç yer almaktadır. Bulguların kapsamlı bir özeti, başka çalışmalar ile bağlantıları ve sonuç, öneri anlatılmaktadır.



1. TEMEL KİŞİLİK KURAMLARINA GENEL BAKIŞ

Çok çeşitli ve kompleks yapıya sahip birçok kişilik kuramı vardır. Bu çalışma kapsamında Enneagram kişilik kuramı kullanılmıştır. Freud, Jung, Erich Fromm ve diğer tipolojik kuramlar aşağıda ele alınmıştır.

1.1.Sigmund Freud

Freud'un yapısal kişilik kuramına göre bireyde kişiliğin üç yapıda incelendiği görülmektedir. İd (alt benlik), ego (benlik) ve süper ego (üst benlik) birbiri ile sürekli etkileşim halindedir. (Bodnarczuk, 2009; Burger J. , 2006; Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Freud kişilik gelişimini “psikoseksüel gelişim evreleri” adı altında çocukluktan yetişkinliğe kadarki süreç için beş gelişim basamağında incelemiştir. Oral dönem (0 – 1,5 yaş), anal dönem (1,5 – 3 yaş), fallik dönem (3 – 6 yaş), gizil (latans) dönem (6 – 12 yaş) ve genital dönem (12 – 18 yaş) olarak adlandırılan bu gelişim evrelerinde yaşanabilecek olumsuz durumların sonucu bireyde ileri dönemler için geçerli kalıcı davranış değişikliğine sebep olabilir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Magnavita, 2016)

1.2.Carl Gustav Jung

Jung analitik psikolojide kişiliği etkileyen bazı arketiplerden bahsetmektedir. Onlarca arketip olmasına rağmen dört ana arketip bireyin kişiliği için önemlidir. Persona (açık alan), gölge (kör alan), anima/animus (gizli alan) ve ben (bilinmeyen alan) kişiliği etkileyen arketiplerdir. (Burger J. , 2006; Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Jung yaptığı sayısız psikoterapi sonucu bir kişilik tipolojisi oluşturmuştur. Kişilik tipleri iki tutum (dışadönük, içedönük) ve dört farklı işlevden (düşünme, hissetme, duyum, sezgi) oluşmaktadır. (Fordham, 1983; Jung, 2020) Jung'a göre birey iki tutum ve dört işlevin kombinasyonlarından oluşan sekiz kişilik tipinden (dışadönük düşünen tip, içedönük düşünen tip, dışadönük hisseden tip, içedönük hisseden tip, dışadönük duyumsal tip, içedönük duyumsal tip, dışadönük sezgisel tip, içedönük sezgisel tip) birinin özelliklerini gösterebilir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Jung, 2020)

1.3.Erich Fromm

Fromm kişilik gelişiminde çocuk ile ebeveyn arasındaki ilişkinin etkili olduğunu düşünmektedir. Fromm'a göre iki çeşit karakter tipi vardır: Yaşam sever tip (biophilia) olumlu ve iyi olan tiptir, yaşanan bazı olumsuz durumlar sonucu Ölüm seven tipe (necrophilia) dönüşebilir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Fromm teorisine göre insanlar içgüdüsel değil karakterlerine göre hareket ederler. Karakter yönelimlerini sağlıklı yönelim ve sağlıklı yönelim olarak ikiye ayırmıştır. Fromm'a göre beş karakter yönelimi vardır. Alıcı yönelim (the receptive orientation), sömürücü yönelim (the exploitative orientation), istifçi (biriktirici) yönelim (the hoarding orientation) ve pazarlamacı yönelim (marketing orientation) olmak üzere toplam dört sağlıklı karakter yönelimi olduğunu ve bir tane üretken yönelim (productive orientation) adında sağlıklı karakter yönelimi olduğunu düşünmektedir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020) Bu karakter yönelimleri aşağıdaki tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Fromm Karakter Yönelimleri

	Karakter Yönelimleri	Açıklaması
Sağlıksız Karakter Yönelimleri	Alıcı Yönelim	Etrafindakilerden destek almaya çalışan her konuda daha kabullenici tip
	Sömürücü Yönelim	Etrafindakilerden sürekli almak isteyen ve onları manipüle eden sömürücü tip
	Biriktirici Yönelim	Her şeyi kendine saklayan, cimri ve aşırı düzenli tip
	Pazarlamacı Yönelim	Daha materyalist yaklaşan ve kendini pazarlayan, fırsatçı tip
Sağlıklı Karakter Yönelimi	Üretken Yönelim	Güçlü yönleri geliştiren ve bunu ifade edebilen tip

Kaynak: (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Kurt, 2019; Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020)

1.4.Gordon Willard Allport

Allport her bir bireyin eşsiz ve benzersiz olduğunu savunmaktadır. Benzersizlikten kastı kişisel özellikler ve tutumlar için de geçerlidir. Bu konuda ayırıcı özellik (traid) kavramından söz eder. Örneğin A kişinin sevinci ile B kişinin sevinci arasında da farklılık olduğunu yani sevinç tarzının farklı olduğunu söylemektedir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Allport, Freud'un psikoseksüel kuramına karşı çıkmaktadır. Ancak kendilik (proprium) kavramının bireyde çocukluktan yetişkinliğe kadar yedi farklı yönünün gelişim gösterdiğini söylemektedir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Bedensel kendilik duygusu (ilk birkaç yaş), öz kimlik duygusu (yetişkinliğe kadar gelişir), öz saygı duygusu (2-3 yaş), öz uzanım duygusu (4-6 yaş), kendilik imajı (5-6 yaş), rasyonel başedici benlik duygusu (6-12 yaş) ve benlik arayışı (ergenlikte başlar ve devam eder) proprium'un yedi farklı yönüdür. (Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020)

1.5.Raymond Bernard Cattell

Cattell'a göre kişiliğin temel öğeleri sadece faktör analizi ile belirlenebilir. Faktör analizi çok değişkenli bir istatistiktir. Cattell gerçekleştirdiği faktör analizleri sonucunda on altı (16) kaynak özellik olduğunu ileri sürmüştür. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020) . Tablo 2'de kaynak özellikler ve tanımlamaları yer almaktadır.

Tablo 2. Cattell Kaynak Özellikler

Kaynak Özellikler	Yüksek puan tanımı	Düşük puan tanımı
Sıcaklık	Sevgi dolu, önem veren	İlgisiz, alakasız
Akıl yürütme	Soyut düşünebilen, yüksek zekâ kapasiteli	Somut düşünen, düşük zekâ kapasiteli
Duygusal kararlılık	Duygusal netlik, olgunluk	Duygularının esiri, reaktif
Baskınlık	Güçlü, iddialı, atılgan	Uyumlu, alçak gönüllü
Canlılık	Heyecanlı, neşeli, hevesli	Ciddi, dikkatli, ağırbaşlı
Kurallara bağlılık	Sorumlu, kurallara bağlı	Sorumsuz, kural tanımaz
Sosyal girişkenlik	Girişimci, gözü pek, maceracı	Utangaç, ürkek
Duyarlılık	Duyarlı, hassas düşünceli	Duyarsız, nesnel düşünen
İhtiyatlılık	Uyanık, şüphe duyan, tedbirli	Güvenen, şüphe duymayan
Dalgınlık	Hayal gücü kuvvetli, yaratıcı	Ağır başlı, geleneksel
İçtenlik	Özel, gizli, gösterişli	Dosdoğru, içi dışı bir
Endişe	Evhamlı, kendinden şüphe eden	Kendinden emin, güvenli
Değişkenliğe açıklık	Açık fikirli, değişim seven	Tutucu, geleneksel
Kendine yetme	Kendine güvenen, bireysel	Güvensiz, grup odaklı
Mükemmeliyetçilik	Kontrollü, düzenli	Esnek, disiplinsiz
Gerginlik	Gergin, güdülenmiş	Rahat, sakin

Kaynak: (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020)

Cattell’a göre kişilik, bir bireyin belirli bir durumda ne yapacağını ön görmemizi sağlar. Cattell kişiliğin matematiksel formülünü de $R=f(S,P)$ şeklinde yapmıştır. “Davranışsal Tepki = Fonksiyon (Karşılaştığı Durum, Kendi Kişiliği)” (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020)

1.6.Robert Roger McCrae ve Paul T. Costa (Beş Büyük Faktör (Big Five Theory))

McCrae ve Costa'ya göre kişilik kavramı Cattell'da olduğu gibi iki kutupta ele alınır. Ancak Cattell'dan farklı olarak, bireylerde görülen kişilik yapılarının iki uçta nadir görüldüğünü, genellikle orta noktalarda seyrettiği öne sürülmektedir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) McCrae ve Costa kişiliği beş ana yapıda incelemiştir. (Kurt, 2019) Tablo 3'te beş faktör ve tanımlamaları görülmektedir.

Tablo 3. Beş Büyük Faktör

Beş Faktör	Yüksek puan tanımı	Düşük puan tanımı
Dışa Dönüklük	Sevecen, konuşkan, tutkulu	Sessiz, ağır başlı, duygusuz
Nevrotizm	Endişeli, kendine acıyan, huysuz	Sakin, kendinden memnun, hassas
Deneyime Açıklık	Yaratıcı, özgün, meraklı	Hayal gücü zayıf, basmakalıp, ilgisiz
Uyumluluk	Yumuşak kalpli, cömert, iyi huylu	Acımasız, şüpheli, asabi
Öz Disiplin	Sorumlu, düzenli, azimli	İhmalkâr, dağınık, amaçsız

Kaynak: (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020; Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020)

2. ENNEAGRAM TANIMI VE TARİHÇESİ

Enneagram 1970’lerden itibaren bilimsel çalışmalara konu olan bir kişilik modelidir. Kökeni itibariyle anonim olup nesiller boyu dilden dile aktarılmış Enneagram modeli son 50 yılda envanter çalışmaları ve farklı uygulama alanları üzerinden kullanılan bir modeldir. (Acarkan, Serttürk , & Kutluca, 2018; Kurt, 2019)

Enneagram kelime anlamı olarak, Yunanca dokuz “ennea” ve noktalar “grammos” sözcüklerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. (Kurt, 2019)

Enneagram kişilik modeline bakıldığında çeşitli tanımlar görmek mümkündür. Bu bağlamda enneagram tanımlarından bazıları aşağıdaki gibidir:

Acarkan, (2019) enneagram kişilik modelini bireyin kendini tanımasına, bireysel farklılıkları kavramasına ve eksik yönlerini geliştirmesine zemin hazırlayan, binlerce yıllık bilgelik, deneyim ve öğretilere dayanan evrensel bir bilgi olarak ele almaktadır.

Riso ve Hudson’a göre (2020) Enneagram, insan tabiatının dokuz temel kişilik tipini ve bunların birbirleriyle olan karmaşık ilişkilerini detaylarıyla gösterip açıklayan geometrik bir figürdür.

Enneagram, Linarez ve arkadaşlarına göre (2019), kişilik potansiyellerini en üst düzeye çıkarmak için insan ruhunu tanımanın yanı sıra bireylerin kişiliğini ve yaşarken onları nasıl koşullandırıldığını anlamak için kullanılan psikolojik bir araçtır.

Bu ve bunun gibi birçok enneagram tanımı yapmak, enneagramı tasfir etmek mümkündür. Bu tanımların bir kısmı enneagramı daha rasyonel bir olgu olarak ele alırken diğer bir kısmı insanı anlamaya yönelik bir değerler bütünü, kişilik modeli olarak ele almaktadır.

2.1.Enneagram Kişilik Kuramının Temel Kavramları

Enneagram-9 tip kişilik modeline göre insanlar dokuz ana tipe göre sınıflandırılırlar. Her insan bir ana kişilik yapısına ve ikincil derecede etkilendiği bir diğer kişilik yapısına (kanat tipi) sahiptir. (Acarkan, Serttürk , & Kutluca, 2018; Rhodes, 2009) Ana ve kanat tiplerinin etkisinin her bir insanda yüzdesel olarak değişkenlik göstermesi kişiliğin eşsizliğini vurgulamaktadır. (Demirel Yılmaz, Ünal, Genç, & Aydemir, 2014; Rhodes, 2009) Enneagram hem kişinin iç süreç ve arayışlarını hem de gözlemlenebilen

duygu, düşünce ve davranış örüntülerini tanımlamaktadır. Bu yönüyle insanı kapsamlı şekilde ele aldığı görülmektedir.

Enneagram 9 Tip kişilik modeli yakından incelendiğinde duygu, zihin ve içgüdü olmak üzere üç merkeze ayrıldığı görülmektedir. (Acarkan, 2019; Bodnarczuk, 2009; Kurt, 2019; Rhodes, 2009) Duygu merkezli tiplerin temel yapısı istekleri arasında seçim yapmak, ilişki ve iletişim halinde olmaktır. Zihin merkezli tiplerin temel yapısı ise düşünmek, bilmek ve akletmektir. İçgüdü merkezli tiplerin temel yapısı korunma, savunma ve harekettir. (Acarkan, 2019; Bodnarczuk, 2009; Rhodes, 2009)

Duygu merkezli tipler; Tip 2- yardımsever ve duygusal, Tip 3- başarı ve sonuç odaklı, Tip 4- özgün ve hassas.

Zihin merkezli tipler; Tip 5- araştırmacı, gözlem yapmayı seven, Tip 6- sorgulayıcı, güven odaklı, Tip 7- maceracı, yeniliğe ve keşfetmeye meraklı.

İçgüdü merkezli tipler; Tip 8- baskın ve otoriter, Tip 9- barışçı, uyum sağlayan, Tip 1- mükemmeliyetçi ve idealist.

Enneagram kişilik modeline göre insanlar iki ana kavram çerçevesinden incelenir. Bu kavramlar; ana kişilik yapısı ve yan kişilik yapısıdır. Ana kişilik yapısı bireydeki baskın yapıyı temsil eder. Yan (kanat) kişilik yapısı ise bireydeki daha az etkiye sahip kişilik yapısını ifade eder. (Acarkan, 2019; Bodnarczuk, 2009; Rhodes, 2009)

2.2.Enneagram Kişilik Tipleri

Enneagram kişilik modeline göre 9 ana kişilik yapısı vardır. 9 ana kişilik yapısı ile ilgili kısa bilgi ve hangi merkezde oldukları tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Enneagram Kişilik Tipleri

Duygu Merkezi	Tip-2	Yardımsever, sıcakkanlı, arkadaş canlısı, oldukça duygusal, konuşkan, duygularını gösteren, alıngan.
	Tip-3	Başarı ve sonuç odaklı, kendini öne çıkaran, kendini motive eden, rekabetçi, hırslı, enerjik, imajına önem veren.
	Tip-4	Hassas, nazik, özel ilgi bekleyen, duyguları yoğun yaşayan, ne istediğini bulmaya çalışan, özgün, bireyselliğine düşkün, empatik, romantik hayalci.

Zihin Merkezi	Tip-5	Bilmeye derinlemesine meraklı, akılcı, araştırmacı, gözlem yapmayı seven, ketum, sessiz, içe dönük, yalnız vakit geçirebilen, tepkilerinde akılcı.
	Tip-6	Tehlikeden kaçınan, sorgulayıcı, netlik ve güven odaklı, kolay endişelenen, temkinli, kontrollü davranan, emin olmak isteyen.
	Tip-7	Coşkulu, maceracı, keyfine düşkün, neşeli, meraklı, hareketli, enerjik, konuşkan, dışa dönük, sabırsız, yeniliğe ve keşfetmeye meraklı.
İçgüdü Merkezi	Tip-8	Cesur ve atak, güçlü, kendine güvenen ve hâkimiyet kuran, koruyucu, kendinden emin, dobra, cömert, kolay öfkelenen, baskın ve otoriter.
	Tip-9	Uyumlu, sakin, kendi halinde, yumuşak huylu, barışçıl, esnek, utangaç, yavaş hareket eden, gerilimden kaçınan, uyum sağlayan.
	Tip-1	Düzenli, ciddi, kontrollü, kurallara uyan, uslu, olgun, doğruyu arayan, mantıklı, planlı, mükemmeliyetçi, idealist.

Kaynak: (Acarkan, 2020; Acarkan, 2019; Bodnarczuk, 2009; Keysan, 2018; Linarez-Placencia, Espinoza-Castelo, & Pimentel-Félix, 2019; Rhodes, 2009)

Tip 1 - Mükemmeliyetçi

Standartları yüksek, idealist, mantık odaklı, titiz, düzenli ve mükemmeliyetçidir. (Rhodes, 2009) Sorumluluk bilinci yüksektir ve hataları, eksiklikleri düzeltme eğilimi vardır. Katı ve gergin tavır sergileyebilir. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-2 veya Tip-9'dur.

Tip 2 - Yardımcı

Sıcakkanlı, merhametli, alıngan, duygusal ve yardımseverdir. Samimiyet ve sevgiye ihtiyaç duyan, şefkatli ve merhametlidir. (Rhodes, 2009) Duygusal manipülasyona açık, alıngan ve sitemkâr olma eğilimi vardır. Aşırı ve duygusal tepkiler verebilir. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-1 veya Tip-3'tür.

Tip 3 - Başaran

Girişken, rekabetçi, öz güveni yüksek, imaj ve statüyü önemseyen, başarı odaklı ve motivasyonu yüksektir. (Rhodes, 2009) Hızlı adapte olabilen ve hırslı ancak hileye

başvurma eğilimi vardır. Ben merkezli ve kibirli olabilir. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-2 veya Tip-4'tür.

Tip 4 - Özgün

Sezgilerini önemseyen, özgün, anlam arayışı yüksek ve empatiktir. Bireyselliğine önem veren ve duygularını yoğun yaşayan bir yapıya sahiptir. Kendi olmaya çalışan bir yapıya sahiptir ancak kendinde eksik olana gıpta etme, imrene eğilimi gösterebilir. Kolay incinebilir, aşırı hassas tepkiler verebilir. (Acarkan, 2019; Rhodes, 2009) Yan kişilik yapısı ise Tip-3 veya Tip-5'tir.

Tip 5 - Araştırmacı

Analitik, ketum, akılcı, fiziksel yakınlık ve temastan hoşlanmayan, gözlemci ve araştırmacıdır. (Rhodes, 2009) Öğrenmeyi ve bilgiyi sever ancak eleştirel ve kibirli olma eğilimi vardır. Duygusal bağ ve empati yeteneği zayıf olabilir. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-4 veya Tip-6'dır.

Tip 6 - Sorgulayıcı

Temkinli, mantıklı, güven duygusu ön planda ve sorgulayıcıdır. Belirsizlikte kaygılanır ve özgüven sorunu yaşama eğilimi vardır. (Rhodes, 2009) Tüm ihtimalleri düşünen, ölçülü ve kontrollüdür. Hata ve tutarsızlıklara duyarlıdır ancak şüpheli ve kötümser olma eğilimi gösterir. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-5 veya Tip-7'dir.

Tip 7 - Maceracı

Yeniliğe açık, meraklı, hızlı düşünüp karar verebilen ve maceracıdır. Çabuk sıkılabilir ve rahatına düşkündür. (Rhodes, 2009) Rahat ve neşelidir ancak sorumluluklarını erteleme eğilimi gösterebilir. Geçmişe ve acılara takılmaz ancak ben merkezli ve yüzeysel bakma eğilimi vardır. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-6 veya Tip-8'dir.

Tip 8 - Lider

Cesur, kendinden emin, otoriter, meydan okuyan, sahiplenici ve liderdir. Hâkimiyeti elinde tutar, güçlü ve dayanıklıdır ancak toleransı düşüktür ve çabuk öfkelenme eğilimi gösterir. (Rhodes, 2009) Yönetmeyi sever ancak yönetilmekten hiç hoşlanmaz. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-7 veya Tip-9'dur.

Tip 9 - Uzlaşmacı

Sabırlı, sakin, huzur ve sükûnet arayan, utangaç ve uzlaşmacıdır. (Rhodes, 2009) Barışçıl ve esnektir ancak zaman zaman ani öfke patlaması yaşayabilir. Kararlılık gösterememe ve taviz verme potansiyeli olumsuz özelliğidir. (Acarkan, 2019) Yan kişilik yapısı ise Tip-8 veya Tip-1'dir.



3. NÖROPAZARLAMA

Geleneksel araştırma yöntemleri gün geçtikçe yerini nöropazarlama araştırma yöntemine bırakmaktadır. Nöropazarlama elde ettiği verilere Göz İzleme (Eye Tracking), Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme (fMRI), Elektroensefalografi (EEG) gibi nörobilim ölçüm aletlerini kullanılarak ulaşabilmektedir. Nöropazarlama kavramı için birçok yazar ve araştırmacı farklı yönlerinin vurgulandığı tanımlar yapmışlar. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Erdemir ve Yavuz’a (2016) göre nöropazarlama “nörobilim araçlarının tüketici içgörülerini ve pazarlama etkinlikleri açısından ticari kullanımı”dır.

Aksoy (2018) nöropazarlama kavramını 2004-2014 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte yapılan ana tanımlar çerçevesinde değerlendirmiştir. “Pazarlama veya reklam iletişimi ile karşılaşan tüketicilerin tepkilerinin ve zihinsel durumlarının nörolojik açıdan incelenmesi” olarak tanımlamıştır.

Girişken (2018) nöropazarlama kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: “Nöropazarlama, tüketicinin bilincini veya bilinçdışını nelerin etkilediğini tespit edebilmek ve elde edilen iç görüyü pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde kullanmaktır.”

Bozoklu ve Alkibay (2017) nöropazarlama tanımlarını şu şekilde bütünleştirmiştir: “Nöropazarlama, genel olarak pazarlama araştırmalarını, özel olarak ise tüketici davranışlarını daha net ve doğru olarak açıklamak amacıyla, nörobilim çerçevesinde geliştirilmiş teorilerin, modellerin ve teknolojilerin kullanıldığı disiplinler arası bir bilim dalıdır.”

Yukarıdaki tanımlar ışığında bir nöropazarlama tanımı yapmak gerekir ise; Nöropazarlama, nörobilim ölçüm araçları ile insan beyninin nasıl çalıştığını, nasıl karar verdiğini araştıran disiplinlerarası bir bilim dalı ve pazarlama araştırması yöntemidir.

Nöropazarlama, tüketicilerin bilinçaltını etkileyerek önüne çıkan her şeyi ihtiyacı olup olmadan satın almasını sağlayan bir sistem değildir. Asıl amacı tüketicilerin satın alma davranışlarını anlamaktır. Nöropazarlama tüketicileri daha iyi anlamayı amaçlayan disiplinlerarası (interdisipliner) bir alandır, bir yöntemdir. (Erdemir & Yavuz, 2016; Girişken, 2018) Psikoloji, bilişsel psikoloji, nöropsikoloji, nörobilim, deneysel psikoloji,

beyin görüntüleme, pazarlama, geleneksel ekonomi, ekonomi, iktisat, işletme, tüketici nörobilimi, sinirbilim... vb. gibi birçok dalı içinde barındırır, kesişir ve faydalanır. Bu da onu multidisipliner bir alan olarak öne çıkarır ve böylece doğruluk oranı güçlenmiş olur.

Günümüzde nöropazarlama yönteminin araştırma teknikleri çok farklı alanlarda kullanılmaktadır. Neredeyse her çeşit üretici firma bu yöntemi kullanarak markasını daha iyi hale getirmek için çabalamaktadır. Kısaca bu alanları söylemek gerekirse; marka deneyimi (neurobrand), marka sadakati, müşteri tatmini, reklam (neuromedia), reklam verimliliği, ürün geliştirme (neurosence ve neuropack), logo, ürün tasarımı, dijital dünya (neuroweb), alışveriş anatomisi (neuroshopper), fiyatlandırma, siyasal iletişim (neuropolitics), sinema (neurocinema), oyun (neurogaming), eğlence sektörü gibi daha birçok alan saymak mümkündür. (Erdemir & Yavuz, 2016; Gedik & Kesek, 2017; Yücel & Coşkun, 2018)

Nöropazarlama bir anlamda yeni bir araştırma metodudur. Geleneksel araştırma metotlarının yetersizliği sebebiyle kullanımına başlanmıştır. Geleneksel araştırma metotları mesajlar, ürünler ve markaları ölçmek için kullanılan yöntemlerdir ve temelde üç yöntem bulunur. (Erdemir & Yavuz, 2016) Bu metotlar; birebir görüşme, odak grubu ve tüketici anketidir.

Nöropazarlama tüketicilerin sözlü beyanlarına değil nörofizyolojik tepkilerine önem verir ve inceler. Nöropazarlama geleneksel araştırma yöntemlerini ortadan kaldırmak için oluşturulmamıştır. Onlara ek olarak ortaya atılmıştır. Halen ön bir veri elde etmek için geleneksel araştırma metotları gerekli lakin yeterli değildir. Takviye olarak nöropazarlama devreye girmektedir.

Nöropazarlama araştırmaları tümevarım yaklaşımından çok tümdengelim yaklaşımını benimser. Başka bir deyişle bir kişinin üzerinde ölçüm yapıp tüm insanlık için bir kavram ortaya atmamaktadır. Tümdengelim yaklaşımı doğruluk ve güvenilirlik açısından oldukça önemli bir konudur. Buna paralel olarak, nöropazarlama araştırmaları tüketicinin davranışlarını öngörmek için çalışmaz. Asıl amacı tüketici davranışlarını tanımak, insanları anlamak ve buna göre çıkarım yapmaktır. (Bozoklu & Alkibay, 2017)

Nöropazarlama araştırmalarında çeşitli sorunlar olabilir. Bunlardan birisi araştırmacının bilimsel yetersizliğidir. Yetersiz bir araştırmacı yaptığı araştırmaya

bilimsel bakış açısı oluşturamaz. Özellikle EEG, fMRI gibi cihaz kullanılarak yapılan araştırmaların bilimsel yeterliliğe sahip araştırmacılar tarafından yapılması çalışmanın geçerliliği açısından önemlidir. Aksi durumlarda hem araştırmacı hem de araştırma yöntemi olan nöropazarlama kötü anlamda eleştirilebilir. Diğer bakış açısından bakıldığında ise araştırmanın yetersizliği aslında nöropazarlamanın oluşturabileceği zararlardan biri olarak değerlendirilebilir. (Özyer Aksoy, 2018)

3.1.Tarihi Gelişimi

Nöropazarlama kendine özgü ve disiplinlerarası bir daldır. Gelişmesi çok uzun yıllar almıştır. Asıl başlangıç noktası olarak Platon'un "Phaedrus" adlı eserini alabiliriz. Platon eserinde insan ruhunu bir at arabasına benzetmektedir. At arabası; bir beyaz ve bir gri (yağız) kanatlı at ve bir sürücünden oluşuyor. Burada sürücü aslında aklı simgeler. Beyaz at soylu isteği, yağız at da maddi isteği ifade eder. Platonun bu eseri tüketici davranışlarını açıklayan "kara kutu" modeline öncülük etmiştir. Eser içeriğinde satın alma davranışını ifade eden duygusal ve mantıksal süreçleri barındırdığından nöropazarlama için bir başlangıç sayılabilir. Çünkü bu eser nöropazarlamanın temel konseptini oluşturmaktadır. (Gedik & Kesek, 2017) Öte yandan ilerleyen süreçlerde nörobilimci Antonio Damasio'nun: "Bireyler, karar verirken beyinlerinin rasyonel kısımlarını değil duygusal kısımlarını kullanarak karar verirler" şeklinde bir iddiası olur ve nöropazarlamanın temeli bu iddiaya dayandırılır. (Yorgancılar F. , 2015)

"The Hidden Persuaders" kitabıyla Vance Packard, nöroanatomist ve fizyolog Franz Josef Gall'ün çalışmaları, Francis Edgeworth'ün nöroekonomi çalışmaları, Hans Berger'in EEG cihazını icat etmesi, William G. Walter'in bilimsel araştırmaları, Herbert Krugman'ın nöropazarlama araştırmaları, Clotaire Rapaille'nin bilinçaltı ve tüketici beyni üzerine çalışmaları, David Lewis'in Sussex Üniversitesi'nde gerçekleştirdiği biofeedback (biyogeridönüş etkili seansları) çalışmaları ve benzeri birçok çalışma nöropazarlamanın gelişiminde önemli etkiye sahiptir. (Gedik & Kesek, 2017)

1990 yılının ikinci yarısı ile birlikte Harvard Üniversitesi'nden Prof. Gerry Zaltman'ın İşlevsel Manyetik Rezonans cihazını (fMRI) pazarlama araştırmalarında kullandığını duyurmasıyla nöropazarlama gündeme gelmiştir. Bu pazarlama araştırmalarının devamında 2002 yılında Prof. Ale Smidts bu çalışmaları nöropazarlama kavramı ile ifade eden kişi olmuştur. Bu çalışmalar 1990 yılına kadar gizli yürütülmüştür

çünkü halk “beyin yıkama” endişesine kapılmıştır. Ancak 1991 yılında Coca Cola, Ford, Google, L-mart gibi birçok büyük şirket nöropazarlama araştırmalarına büyük yatırımlar yapmışlardır. Bu bağlamda 1991 yılı nöropazarlama için oldukça önemlidir. 2008 yılına kadar birçok yeni gelişme olmuştur nöropazarlama alanında. Ama nöropazarlamanın tüm dünya tarafından bilinir hale gelmesi 2008 yılında Martin Lindstrom’un “Buyology” adlı eseriyle mümkün olmuştur. Lindstrom 3 yılda 7 milyon dolar harcayarak gerçekleştirdiği nörolojik araştırmaları sonucunda insanların satın alma ile ilgili kararlarında genellikle doğruyu söylemediklerini ama beynin her hâlûkârda gerçeği söylediğini belirtmiştir. (Gedik & Kesek, 2017; Yorgancılar F. , 2015)

3.2.Ölçüm Teknikleri Ve Uygulamaları

Tablo 5’de genel olarak nöropazarlamada kullanılan ölçüm teknikleri yer almaktadır.

Tablo 5. Nöropazarlama Ölçüm Teknikleri

Nöropazarlama Ölçüm Teknikleri		
Metabolik Aktivite Kaydı Alan Teknikler	Elektriksel Aktivite Kaydı Alan Teknikler	Diğer Ölçüm Teknikleri
Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme (fMRI)	Elektroensefalografi (EEG)	Deri İletkenliği (EDR, EDA, GSR, PGR)
Pozitron Emisyon Tomografisi (PET)	Magnetoensefalografi (MEG)	Göz İzleme
	Transkranial Manyetik Stimülasyon (TMS)	Yüz Kodlama
	Sabit Hal Tipografisi (SST)	Yüz Elektromiyografisi
		Psikolojik Yanıtların Ölçülmesi
		Örtük Çağrışım Testi

Kaynak: (Özyer Aksoy, 2018)

Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme (fMRI)

Temel olarak işlevi beyindeki kanda var olan oksijen miktarını ölçmektir. Beynin çalışan bölgesinde daha fazla kan akışı olur ve doğal olarak o bölgede gözlemlenen oksijen miktarı da artar. (Bozoklu & Alkibay, 2017; Gedik & Kesek, 2017) fMRI cihazı da bu prensiple nöropazarlamacının amacına göre çalıştığı bölgelerdeki hareketleri gözlemlemeyi kolaylaştırır. (Erdemir & Yavuz, 2016). fMRI cihazıyla araştırma yapılmasının ana temellerinden biri de anında yüksek çözünürlükte bilgi alınabilmesidir. (Hock, 2017; Mlodinow, 2019)

Elektroensefalografi (EEG)

Bu yöntem beyindeki elektriksel aktiviteyi ölçer. Birçok elektrottan oluşan bir şapkaya benzeyen ölçme aracı, ölçümü yapılacak kişiye takılır. Ölçümler bilgisayar ortamına yansır. Nöropazarlama araştırmalarında kullanılan cihazlar arasında en doğrudan ölçümü elektroensefalografi verir. (Bozoklu & Alkibay, 2017; Erdemir & Yavuz, 2016; Gedik & Kesek, 2017) Bu anlamda EEG analiz tekniğinin en çok dört çeşidi kullanılır. Bunlar; beyin dalga frekansı analizi, hemisferik asimetri, event-related potentials (olay ilişkili potansiyeller) (ERP) ve stead-state topography (kararlı durum topografyası) (SST)'dir. (Özyer Aksoy, 2018)

Göz İzleme (Eye Tracking)

Louis Émile Javal 1870'de "fixation" kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram gözümüzün akışkan bir şekilde görmediğini küçük duraklamalar yaparak devam ettiğini anlatır. İlk kez 1936'da göz hareketlerini takip eden bir cihaz yapılmıştır. (Erdemir & Yavuz, 2016; Gedik & Kesek, 2017) Göz izleme cihazı ile ilgi alanı, odaklanma süresi, ilk odaklanmaya kadar geçen süre, odaklanma sayısı, gözlem oranı, dönen ziyaretçiler gibi konular üzerine veri toplanabilir. Göz izleme cihazı basit bir gözlüğe monte edilebilecek kadar kullanışlı olmasının yanı sıra bilgisayar altına veya üzerine yerleştirilebilir formatta, fark edilemeyecek bir cihazdır. Böylelikle kişiden en doğal tepkiler alınabilir. (Bozoklu & Alkibay, 2017; Gedik & Kesek, 2017)

Yüz İfadeleri (FACS - Facial Action Coding System)

Paul Ekman'ın, 50 yıldan uzun süre yaptığı araştırmalar sonucu geliştirdiği F.A.C.S. (Facial Action Coding System) ile nöropazarlama araştırmalarına önemli bir katkısı olmuştur. (Erdemir & Yavuz, 2016; Gedik & Kesek, 2017; Girişken, 2018) Göz izleme ile birlikte kullanıldığında çok daha verimli çalışmaktadır. (Akan, 2018) FACS yüzdeki kas yapısındaki ufak elektriksel dalgalanmaları ölçmektedir. FACS yazılımı ile mutluluk, şaşırma, öfke, üzüntü, iğrenme, aşağılama, korku, hayal kırıklığı, kafa karışıklığı gibi temel duygular tespit edilebilmektedir. (Erdemir & Yavuz, 2016)

Deri İletkenliği (GSR - Galvanik Deri İletkenliği)

Deri iletkenliğini, otonom sinir sistemimizin içindeki sempatik sinir sistemimiz sınırlarında değerlendirebiliriz. Çeşitli değerlendirmeler içerisinde vücudumuz tepki verir. Bu tepkilerden birisi de terlemektir. Deri iletkenliği araştırma metodu da terden faydalanır. Deriye verilen küçük voltajlar ter üzerinde daha rahat ilerler. Terin yoğunluğuna bağlı olarak elektrik akımının gücü de değişir. (Bozoklu & Alkibay, 2017; Erdemir & Yavuz, 2016; Gedik & Kesek, 2017) Bilinen yalan makinaları da bu prensipte yapılmıştır. Düşük maliyeti ve düşük yanılma oranıyla nöropazarlama araştırmalarında sıklıkla kullanılmaktadır. Galvanic skin response (GSR), electrodermal activity (EDA), skin conductance (SC), electrodermal response (EDR), psychogalvanic reflex (PGR) gibi birbiri içinde ufak farklılıklar olan yöntemler deri iletkenliği çatısı altında toplanır. (Erdemir & Yavuz, 2016)

Kalp Ritmi (EKG - Elektrokardiyografi)

Elektrokardiyografi ve fotopletismografi kalp ritmi ölçen cihazlardır. Kalp ritmi kişide otonom sinir sisteminde yönetilir. Sempatik sinir sistemi ile kalp ritmi arttırılırken parasempatik sinir sistemi ile kalp ritmi azaltılır. Limbik sistemdeki beyin sapı ve hipotalamus beraber çalışarak kalp ritmini düzenli tutmaktadırlar. (Bozoklu & Alkibay, 2017; Erdemir, 2015; Erdemir & Yavuz, 2016)

3.3.Nöropazarlama ve Etik

Etik, bireylerin oluşturduğu doğrular ve yanlışlardan oluşan bir teori sistemidir. (Gedik & Kesek, 2017) Temel bir etik teorisi olmakla birlikte gündelik hayatta farklı alanların kendine özgü etik kuralları bulunur. (Bozoklu & Alkibay, 2017) Örneğin tıp etiği, iletişim etiği, pazarlama etiği gibi özel etik kuralları olan alanlar vardır. Nöropazarlama da belirli etik kurallar çerçevesinde ilerlemektedir. Temel sorun ise nöropazarlamanın kişi veya kişilerin verilerinin gizliliğini ihlal edilebilmesidir. Nöropazarlama araştırma teknikleri ile elde edilen verilerin ticari maksatlı kullanması büyük bir etik ihlaldir. İnsan beyninin istismar edilme riski ve tüketici verilerinin korunması nöropazarlamanın etik kavramı içerisinde yer almaktadır. (Gedik & Kesek, 2017; Özyer Aksoy, 2018)

3.4.Nöropazarlama ve Kişilik Kuramları İlişkisi

Kişilik kuramlarının gerçek anlamda sektörde kullanılmaya başlanması, insan psikolojisinin satış ve pazarlama alanında bir önem kazanması *Sigmund Freud* ve *Carl Gustav Jung* ile olmuştur. İlk başlarda insanların bilinçaltı arzularına yönelik çalışmalar yapılsa da günümüzde durum uzman psikologlar ile gerçekleştirilen, insanların en derin arzularını keşfetmeye yönelik araştırmalara evrilmiştir. (Wu, 2020) Bu sayede reklamcılıkta da yeni bir döneme girilmiş oldu. Kişilik kuramları ile tüketicilerin bilişsel özellikleri belirlenmektedir, nöropazarlama da bu sürecin araştırma yöntemi kısmında görev almaktadır. Freud ve Jung'ın kuramlarının nöropazarlama ile bağlantısına ilişkin genel süreç aşağıdaki gibidir.

Freud'un reklamcılık ve pazarlama alanında en yaygın kullanılan kuramının psikanalitik değerlendirme tekniklerinden *rüya/düş kuramı* olduğu düşünülmektedir. Özellikle cinsellik ve insanın ulaşmak istediği arzulara adeta bir yol göstericiymiş gibi hazırlanan reklamlarla karşılaşmak mümkündür. Freud'a göre rüyalarda gördüğümüz cisimlerin bilinçaltında normal anlamlarından çok daha farklı anlamları vardır. Örneğin bir reklamda gösterilen yılan, sigara ya da bir dondurma erkek cinsel organını, uçmak ise o kişiye veya markaya hayranlığı simgelemiş olabilir. (Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Freud'un bir diğer sık gördüğümüz kuramı; kişilik kuramlarından *yapısal kişilik* kuramıdır. Yapısal kişilik kuramına göre kişilik, biyolojik temelde oluşan ruhsal bir aygıttır ve id (altbenlik), ego (benlik), süperego (üstbenlik) olmak üzere üç temel

yapıdan oluşmaktadır. (Burger J. , 2006; Cüceloğlu, 1999; Gençtanırım Kurt & Çetinkaya Yıldız, 2020) Bu yapı sürekli bir devinimsel akış içerisinde değişim gösterebilir. Kişiliğin biyolojik bölümünü id oluşturur (haz). Ego psikolojik (gerçeklik), süperegö ise toplumsal değerlere verilen değer/önem (ahlaki zorunluluk) bölümünü oluşturur. (Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020) Kişinin süperegösüne yönelik bir reklamda toplumsal duygular uyandırılmaya çalışılmaktadır. Benzer şekilde egösüne ve idine yönelik reklamlar da yapılmaktadır. Amaç izleyici kişilere bu durumu çok farketirmeden o duyguduruma sokup onları satın almaya yönlendirmektir. Nöropazarlama da bütün bu süreçte bir araştırma yöntemi olarak görev almaktadır. Kişilerin neye ne ölçüde yöneldiğini, hissettiği temel duyguları, temel bilişsel ve fizyolojik süreçleri anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde veri haline getirmek nöropazarlama çatısı altında gerçekleştirilebilir.

Diğer kuramcı Freud ile aynı dönemde yaşamış ve bir dönem bereber çalıştıktan sonra yollarını ayırmış olan Jung'dır. Jung'ın da birçok önemli görüşü reklamlarda kullanılabilir niteliktedir ve hatta oldukça etkilidir. Bunlardan en önemlisi arketiplerdir. Arketipler aracılığı ile markalara normalde insanlarda olan kişilik özellikleri yüklenebilir. Ayrıca arketiplerin sayamayacağımız kadar çok olması bu sınıflandırmayı yapmayı daha rahat hale getirmektedir. Jung ortak bilinçaltından bahsetmektedir. Kolektif bilinçaltı ilksel imgelerden oluşur. Jung'ın arketip dediği kavram aslında bu ilksel imgeler, nesilden nesile geçen deneyimlerdir. Arketipler çevremize belirli bir şekilde tepki vermemizi sağlar. (Burger J. , 2006; Seber, 2015) Arketipler aracılığı ile birçok marka kendi imajını tasarlar ve müşterilerine o şekilde yaklaşmaya çalışır. Marka; istek ve ihtiyaçlarını belirlediği hedef kitlesine uygun bir marka imajı ile o kitlede uyandırmak istediği temel duyguları uyandırmayı başaracaktır. Seçtiği arketipe göre müşterilerini kendine hayran bırakabilir ya da müşterileri en özel canlıların kendileri olduklarına inandırabilir. İşinde uzman bir pazarlamacının ellerinde oldukça tehlikeli bir yöntem de olabilir, iyi emeller için de kullanılabilir. Sorumluluk bilginin kendisinde değil kullanan kişidedir. Jung'un bir diğer önemli görüşü de iki temel psikolojik tip (içe dönük tip ve dışa dönük tip)tir. (Jung, 2020) Bu iki temel psikolojik tipin de kendi içinde dörder kategorisi (düşünme, hissetme, duyum, sezgi) mevcuttur. (Yazgan İnanç & Yerlikaya, 2020) Psikolojik tipler olası hedef kitlenin ayrıştırılmasında kullanılmak için oldukça elverişlidir. Hedef kitleyi bölümlere ayırdığımızda ise tüketilecek ürünün belirlenmesinden ne zaman tüketileceğine kadar neredeyse sürecin tamamını planlamak mümkün olacaktır. Nöropazarlama araştırma yöntemi ile olası tüketiciler için yapılan bu planlamalarda veri

toplamak kolaylaşmaktadır. Tüketicilerden alınan anket ve sözlü beyanların yanında kullanıldığı zaman daha etkili bir sonuca ulaşmak mümkündür.

Nöropazarlama kişinin fizyolojik tepkilerinden bazı anlamlı veriler elde eder ve bu veriler birçok alanda kullanılabilir. Günümüzde pazar oldukça geniş olduğu için pazarlamacıların genele hitap etmek yerine sınırları belirli bir hedef kitleye ürün veya içerik üretmeyi amaçlamaları kabul edilebilir bir sonuçtur. Tüketici kesimini ayrıştırmak için birçok kişilik kuramı, tüketici davranış kuramı, kişilik modeli olsa da “Enneagram - 9 tip kişilik modeli” tüketici kesimi çözümlemede yüksek verimlilik sağlayabilecek bir modeldir. Enneagram modelinde bireyler 9 ana kişilik yapısı ile sınıflandırılır. Kelime anlamı olarak Enneagram, Yunanca dokuz ve noktalar anlamına gelen “ennea” ve “grammos” sözcüklerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. (Kurt, 2019) Dokuz köşeli bir yıldız ifade etmektedir. Enneagramın kökenine bakıldığında Aristo felsefesinde, İslamiyet kökenlerinde ve doğu medeniyetlerinde olan üç merkez (duygu, zihin ve içgüdü) vardır. Ancak bu sistemin bir mucidi yoktur, anonimdir. Nesiller boyu dilden dile aktarılmış kadim bir bilgeliktir. Tarihte ilk defa 20.yy’ın ikinci yarısında Oscar Ichazo ve Claudio Naranjo sayesinde bu model yazılı hale getirilmiş ve geniş kitlelere yayılmıştır. 1970’lerde bilim dünyası da Enneagram 9 tip kişilik modelini konu aldı ve bilimsel çalışmalar yapılmaya başlandı. (Acarkan, 2020; Acarkan, Serttürk , & Kutluca, 2018)

Pazarlamacılar nörobilim araştırma yöntemlerini kullanarak tüketici kesimin fizyolojik tepkilerini ölçebilir ve elde edilen verileri anlamlı bir bütün haline getirerek tüketici deneyimini arttırmada kullanabilir. Bunu yaparken her pazarlamacının karşılaştığı durumlardan biri olan tüketici bireylerin farklılığı, Enneagram 9 Tip Kişilik Modeli ile daha anlaşılır ve anlamlı bir veri elde edebilir hale gelecektir. Bu kişilik modeli ile pazarlamacılar tüketicilerin kişilik yapılarını test edebilir, kişilik yapılarına göre satış taktiklerinde yenilemeler ve geliştirmeler yapabilir. Özetle; Enneagram 9 Tip Kişilik Modeli pazarlama stratejilerine eklenilebilecek ve verimliliği arttırabilecek potansiyele sahip bir kişilik modelidir. Enneagram ile nöropazarlama araştırmalarından elde edilen verileri tamamlar nitelikte veriler elde edilebilir. Tüketicileri anlamak ve ayrıştırmak için birçok kişilik kuramı geliştirilmiş olsa da “Enneagram-9 tip kişilik modeli” temel motivasyonlara vurgu yaptığı için tüketicileri çözümlemede daha yüksek verimlilik sağlayabilecek bir kişilik modelidir.

4. YÖNTEM

4.1.Araştırmanın Amacı

Bu çalışma ile amaçlanan konu kişilik farklılıklarının insan davranışları ve eylemlerini ne ölçüde etkileyebileceğini ölçümlemektir. Dokuz ana kişilik tipi içerisinde seçili 4, 7 ve 8 kişilik yapılarına sahip 30’ar kişi seçilerek davranışları incelenmiştir. Çalışmadaki amaç seçili üç tipin Netflix platformundaki içerik seçme deneyimine ulaşılması ve içerik seçim sürecindeki tepkilerinin elde edilmesidir. Seçili kişilik tiplerindeki deneklerin içerik seçimleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı gözlemlenmiştir. Bu çalışma ile çalışmada yer alan kişilik tiplerinin dışında kalan diğer altı kişilik tipi için ileride yapılması temenni edilen çalışmalara öncü olmak amaçlanmaktadır.

4.2.Araştırmanın Hipotezleri

Ana Hipotez: Kişilerin, kişilik yapılarındaki farklılıklar içerik seçiminde de farklılığa neden olur ve bu durum nöropazarlama yöntemi ile ölçümlenebilir.

Alt H1: Tip-4 kişilik yapısına sahip bireylerin drama kategorisinden içerik seçmesi beklenmektedir.

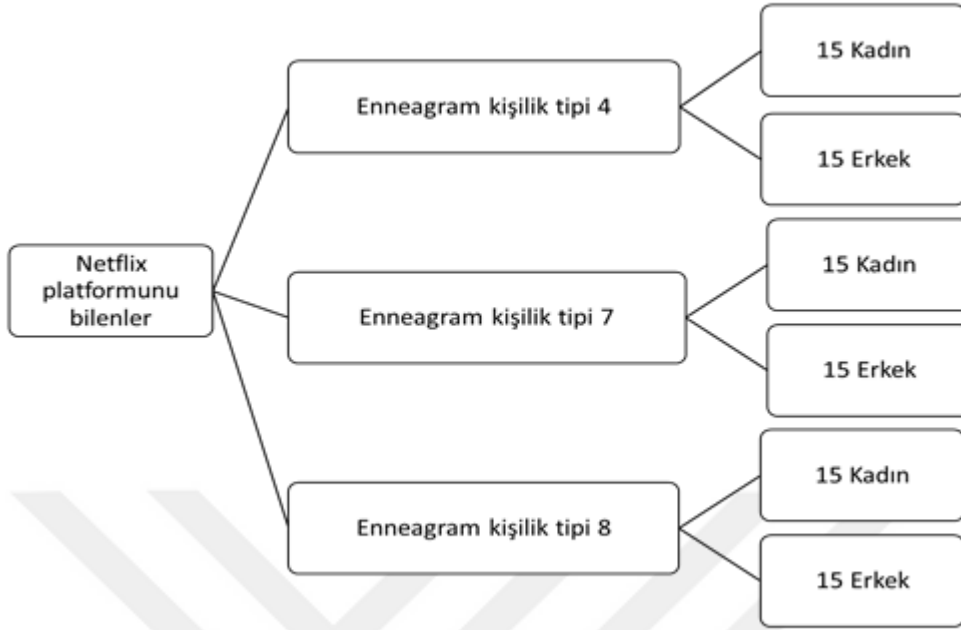
Alt H2: Tip-7 kişilik yapısına sahip bireylerin macera kategorisinden içerik seçmesi beklenmektedir.

Alt H3: Tip-8 kişilik yapısına sahip bireylerin aksiyon kategorisinden içerik seçmesi beklenmektedir.

4.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın örnekleme; Şekil 1’de görüldüğü gibi; Netflix platformunu bilen, enneagram kişilik modeline göre tip-4, tip-7 ve tip-8 kişilik yapılarından 30’ar kişi, her kişilik yapısından da 15’er kadın ve 15’er erkek olacak şekilde toplam 90 kişidir. Ayrıca 90 katılımcının hepsi 18-35 yaş aralığındadır. Örneklem, kolayda örneklem türüne göre seçilmesi planlanmaktadır. (Aziz, 2017)

Şekil 1. Çalışma Kapsamındaki Katılımcı Profili



Çalışmanın evreni ise enneagram kişilik modeline göre tip-4, tip-7 ve tip-8 kişilik yapılarına sahip ve 18-35 yaş aralığındaki kişileri kapsamaktadır.

4.4.Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın türü keşfedici yöntemdir. Konu ile ilgili literatürdeki eksiklik ve derinlemesine bir araştırmaya yapılmamış olması, konuya ilişkin karanlık noktaların olması araştırmayı keşif amaçlı bir çalışma yapar. Ayrıca çalışma tamamen nitel ya da tamamen nicel yöntemlerle değil karma yöntem ile hazırlanmıştır. Konunun içeriği gereği bireylerin kişilik farklılıklarına göre davranış farklılıkları ölçümlenirken tek bir yönteme bağlı kalmak yetersiz kalacağından karma yöntem tercih edilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirilmesi için T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi etik kurulundan alınan onay ekte. (Ek.1.)

4.5. Veri Toplama Araçları Ve Özellikleri

Nöropazarlama Araştırma Laboratuvarı'nda biyometrik ölçümler ve aynı esnada alınan ses kaydı ile tamamlanmıştır. Laboratuvarda, deneklerin Netflix arayüzünün gerekli manipülasyona uğratılmış görsellerine bakarken Göz Takibi (Eye Tracking) ölçümleri alınmıştır. GP3 Eye Tracker cihazı, 60HZ güncelleme hızı, 5 ve noktalı kalibrasyon, 25 cm x 11 cm (yatay x dikey) hareket ve ± 15 cm derinlik hareketi ağına sahiptir. Kızılötesi kameraları ile deneğe gösterilen uyarılar esnasındaki göz hareketleri takip edilmektedir.

Çalışmada veri analizi için SPSS 25.0 paket programı kullanılmıştır. Katılımcıların sosyodemografik bilgilerine dair tanımlayıcı veriler frekans tabloları şeklinde verilmiştir.

Çalışmanın verileri normallik varsayımları açısından incelendiğinde, Kolmogorov-Smirnov değerleri $p > 0.05$ olarak belirlenmiştir. Bundan dolayı Göz İzlem parametreleri ile görsel grupları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek üzere parametrik testlerden paried Simple T testi kullanılmıştır. $p < 0.05$ istatistikçe anlamlı kabul edilmiştir.

4.6. Araştırmada Kullanılacak İşlemler Ve Değişkenler

Çalışma toplamda 5 ana adımda gerçekleşecektir.

1- Öncelikle katılımcıların kişilik yapılarının belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için “Enneagram” ismindeki mobil uygulama ile ön belirleme yapılmıştır. Mobil uygulamanın güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yoktur. Olası katılımcılar için bir havuz oluşturmak amacıyla kullanılmıştır.

2- İkinci aşamada Characterix kişilik envanterinin geliştirmiş olduğu Enneagram Ölçeğinin denekler tarafınca doldurulması istenmiştir. (Deneklerin kişilik yapılarının belirlenmesi Characterix Kişilik Envanteri ile 20 dakika sürmektedir.) Characterix envanteri Enneagram kişilik kuramını temel alan 72 soruluk bir envanter çalışmasıdır. Bu envanterin güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yapılmıştır. (Yılmaz, Yıldırım, & Yücedağ, 2018) Characterix envanterini çözen katılımcılara 21 sayfadan oluşan bir kişilik analiz raporu şirket tarafından gönderilmiştir. Her katılımcı için oluşturulan bu rapor çalışma yürütücüsü olan Oğuz Görkem Gürbüz'e de gönderilmiştir.

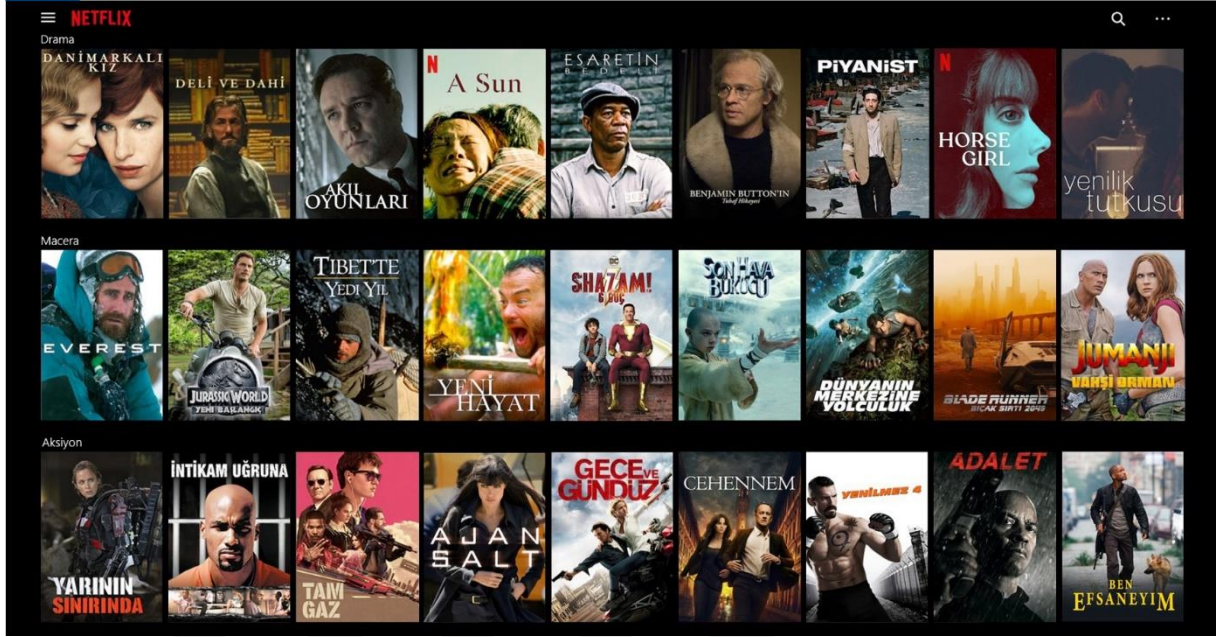
3- Hemen sonrasında katılımcılar için hazırlanmış demografik özellikler formu katılımcılar tarafından doldurulmuştur. Formda yaş, cinsiyet gibi temel soruların yanında Netflix’i bilme ve kullanma durumlarına yönelik de sorular vardır.

“Nöropazarlama Yüksek Lisans Programı: Enneagram Kişilik Yapısının İçerik Yönelimine Etkisine Yönelik Çalışmanın Demografik Özellikler Anketi” isimli Demografik form ektedir. (Ek.2.)

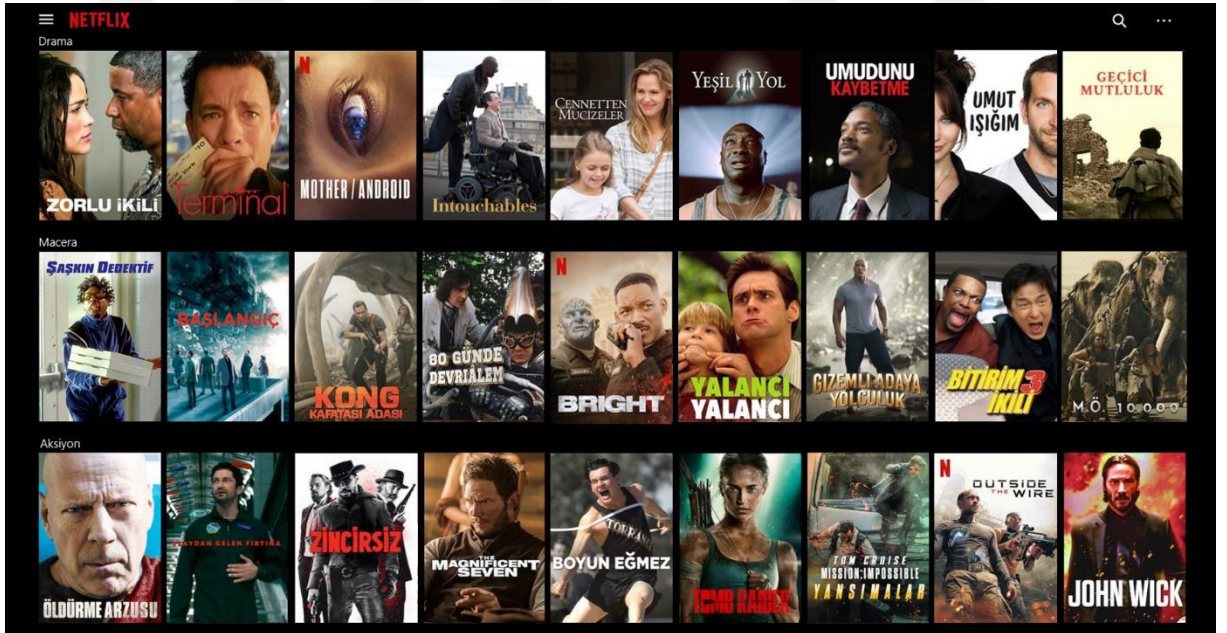
4- Dördüncü aşama deney aşamasıdır. Deneyi gerçekleştirmek için Nöropazarlama Araştırma Laboratuvarı sorumlusu Dr. Öğr. Üyesi Selami Varol Ülker’den izin belgesi alınmıştır. (Ek.3.) Deney aşamasında Netflix platformundan elde edilmiş ve gerekli manipülasyona uğratılmış üç görsel katılımcılara laboratuvar ortamında, stabil bir süreçte gösterilmiştir. (Şekil 2, Şekil 3, Şekil 4) Üç görselin her birinde drama, macera ve aksiyon kategorileri yer almaktadır. Her kategoride 9, toplam 27 film afişi bir görselde yer almaktadır ve üç görsel için toplam 81 farklı film afişi seçilmiştir. Aynı film afişi ikinci kez kullanılmamıştır. Ayrıca her film Netflix platformu içerisinden ve Netflix platformunun kendi afişlerinden seçilmiştir. Katılımcılar görselleri incelerken Göz Takibi (Eye Tracking) ile biyometrik verileri alınmıştır. Orquin ve Holmqvist’ın (2018) çalışmasına göre deney sırasında katılımcılara gösterilen uyarıların belirli bir süre boyunca katılımcılara gösterilmesi, katılımcılarda zaman baskısına ve seçimlerinde farklılığa neden olabilir. Mevcut çalışmada da katılımcılara gösterilen üç uyarının her biri 15 saniye süre ile gösterilmiştir. Bu sayede katılımcıların deney süresi içerisinde boşa vakit harcamasının önüne geçilmiş ancak zaman baskısı verilmiştir. Üç görsel de katılımcılara rastgele sıra ile gösterilmiştir. Görsellerin her birinin sonunda talimat ekranı çıkmıştır. Bu ekranda “Görselde gördüğünüz içeriklerden izlemek isteyeceğiniz içeriği sesli olarak söyleyiniz.” talimatı yer almaktadır. Kişilerin sesli beyandan sonra fare ile “next” tuşuna tıklayıp diğer görseli incelenmesi istenmiştir. Deneyden hemen önce “Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu” katılımcılar tarafından imzalanmıştır. (Ek.4.) Bu kapsamda çalışmanın bağımsız değişkeni Netflix platformu arayüz görselleridir. Çalışmanın bağımlı değişkenleri ise kişilerin seçtiği film ya da kategorilerdir. Enneagram kişilik modeli içerisindeki kişilik yapıları ise araçlardır.

5- Son adımda ise elde edilen verilerin spss 25.0 paket programında işlenmesi, tartışma ve sonuç kısmı yer almaktadır.

Şekil 2. Çalışma Kapsamında Düzenlenmiş Netflix Platformu Arayüz Görşeli 1



Şekil 3. Çalışma Kapsamında Düzenlenmiş Netflix Platformu Arayüz Görşeli 2



Şekil 4. Çalışma Kapsamında Düzenlenmiş Netflix Platformu Arayüz Görşeli 3



5. BULGULAR

Tablo 6. Katılımcılar ile İlgili Sosyodemografik Veriler

Demografik değişkenler		Total	Tip-4	Tip-7	Tip-8
		N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Cinsiyet	Kadın	45 (50,0)	15 (50,0)	15 (50,0)	15 (50,0)
	Erkek	45 (50,0)	15 (50,0)	15 (50,0)	15 (50,0)
Netflix platformunu biliyor musunuz?	Evet	90 (100,0)	30 (100,0)	30 (100,0)	30 (100,0)
	Hayır	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
Netflix platformunu kullanıyor musunuz?	Kullanıyorum	49 (54,4)	14 (46,7)	19 (63,3)	16 (53,3)
	Kullanmıyorum	8 (8,9)	4 (13,3)	1 (3,3)	3 (10,0)
	Çok nadir	15 (16,7)	7 (23,3)	5 (16,7)	3 (10,0)
	Çok sık	18 (20,0)	5 (16,7)	5 (16,7)	8 (26,7)
Yaş	Ort±SS	25,60±4,95	25,96±5,06	24,76±4,80	26,06±5,03

Tablo 6’da katılımcılarına ait sosyodemografik değişkenlerin dağılımı verilmiştir.

Toplam 90 katılımcının 45’i kadın, 45’i erkek olduğu ve Tip-4 30 kişi (15 kadın, 15 erkek), Tip-7 30 kişi (15 kadın, 15 erkek), Tip-8 30 kişi (15 kadın, 15 erkek) olduğu görülmektedir. Yaş ortalamaları ise Tip-4 için 25,96, Tip-7 için 24,76, Tip-8 için 26,06 olduğu ve toplam 90 kişinin 25,60 yaş ortalamasına sahip olduğu görülmektedir.

90 katılımcının hepsinin Netflix platformunu bildiği görülmektedir.

Netflix platformunu kullanma durumları ise 90 katılımcı arasında şu şekildedir;

49 kişi (%54,4) kullanıyorum, 8 kişi (%8,9) kullanmıyorum, 15 kişi (%16,7) çok nadir kullanıyorum, 18 kişi (%20) çok sık kullanıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır.

Göz Takip Cihazı Parametreleri ve Tanımları

Bu çalışma kapsamında Dwell Count, Revisit Count, Fixation Count ve Saccade Count’a bakılmıştır. Ayrıca bazı gruplar için Heatmap’e bakılmıştır.

Dwell Count: Seçili alanı ziyaret etme sayısı. (Attila, Zoltan, & Laszlo, 2017)

Revisit Count: (Tekrar bakma sayısı) İlgili alana ilk odaklanmadan sonra tekrar yapılan odaklanmaların sayısıdır. (Andrychowicz-Trojanowska, 2018; Erdemir & Yavuz, 2016)

Fixation (Duraklama) Count: (Odaklanma sayısı) İlgili alana yapılan odaklanmaların sayısıdır. (Andrychowicz-Trojanowska, 2018; Erdemir & Yavuz, 2016)

Saccade (Sıçrama) Count: (Odaklanmalar arasındaki geçişlerin sayıları) İlgili alana yapılan odaklanmalar arasındaki geçişlerin/sıçramaların sayısıdır. (Andrychowicz-Trojanowska, 2018; Attila, Zoltan, & Laszlo, 2017; Erdemir & Yavuz, 2016)

Heatmap: (Sıcaklık haritası) Açık yeşil renkten kırmızı renge doğru bakma yoğunluğu temsil edilmektedir. (Andrychowicz-Trojanowska, 2018; Attila, Zoltan, & Laszlo, 2017; Erdemir & Yavuz, 2016)

5.1.Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi

Aşağıda tablo 7 – tablo 33 arasında bu çalışma kapsamında incelenen Tip-4, Tip-7 ve Tip-8 katılımcıların göz takibi cihazından elde edilen verileri gerekli parametreler çerçevesinde incelenmiştir.

Tablo 7. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	6,15±2,06	0.005	<0.001	<0.001
	Macera	4,74±1,62			
	Aksiyon	3,18±1,56			
Revisit count	Drama	2,71±1,60	0.033	<0.001	<0.001
	Macera	2,11±1,32			
	Aksiyon	1,14±0,82			
Fixation count	Drama	15,72±6,93	0.006	<0.001	0.837
	Macera	9,91±6,78			
	Aksiyon	9,57±4,67			
Saccade count	Drama	55,70±23,87	0.001	<0.001	0.355
	Macera	32,92±20,21			
	Aksiyon	28,18±16,91			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

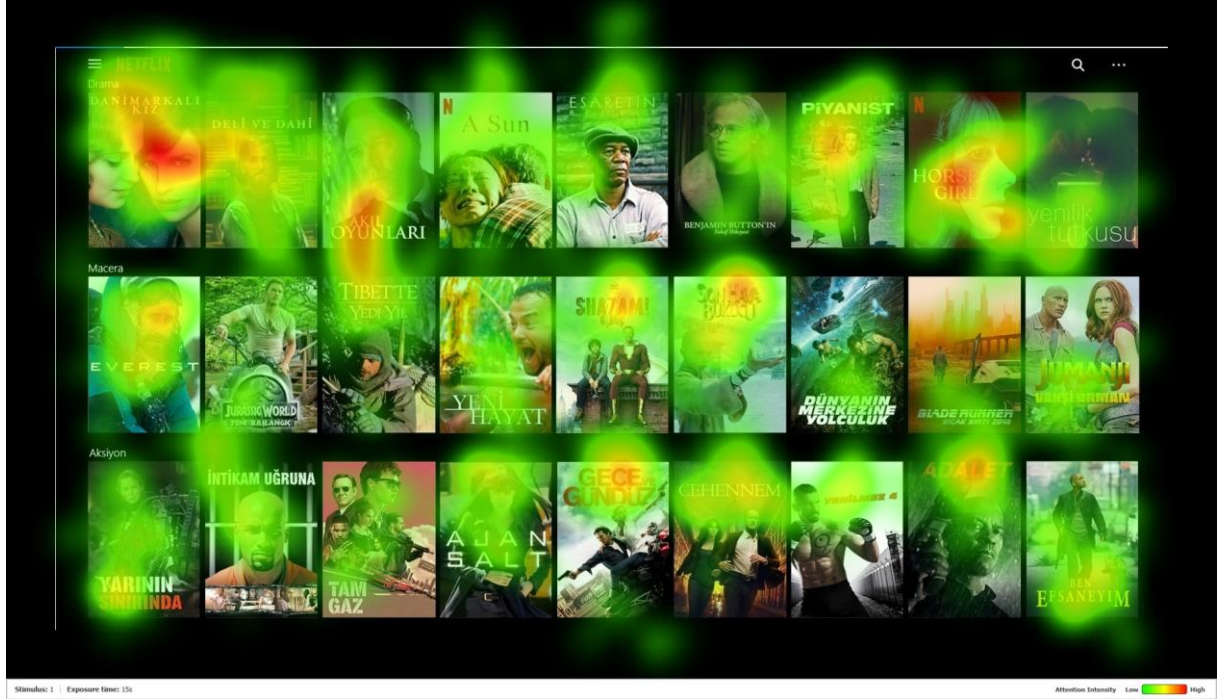
Tablo 7’de Tip-4 kişilik tipi katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları drama ve macera grupları ($p=0.005$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları drama ve macera grupları ($p=0.033$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve macera grupları ($p=0.006$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.837$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları ($p=0.001$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.355$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 5. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 5’de Tip-4 kişilik tipi katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 7’deki veriler ve Şekil 5’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 8. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	6,33±2,35	0.060	0.003	0.021
	Macera	5,00±1,69			
	Aksiyon	3,40±1,68			
Revisit count	Drama	3,00±1,89	0.199	0.003	0.003
	Macera	2,40±1,35			
	Aksiyon	1,20±0,56			
Fixation count	Drama	13,60±5,69	0.451	0.055	0.521
	Macera	11,20±8,90			
	Aksiyon	9,27±5,15			
Saccade count	Drama	58,27±23,85	0.089	0.002	0.252
	Macera	38,80±21,08			
	Aksiyon	29,07±14,40			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 8’de Tip-4 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.003$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.021$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.060$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.003$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.199$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Saccade count skorları ise Drama ve aksiyon grupları ($p=0.002$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera ($p=0.089$) grupları, macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.252$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 6. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 6’da Tip-4 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 8’deki veriler ve Şekil 6’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisinde daha aktif olduğu ancak Macera ve Aksiyon kategorilerinden bazı filmlere yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 9. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,97±1,78	0.048	<0.001	0.002
	Macera	4,48±1,56			
	Aksiyon	2,96±1,44			
Revisit count	Drama	2,43±1,24	0.079	0.001	0.035
	Macera	1,82±1,27			
	Aksiyon	1,08±1,03			
Fixation count	Drama	17,85±7,58	0.001	0.002	0.375
	Macera	8,62±3,54			
	Aksiyon	9,88±4,29			
Saccade count	Drama	53,13±24,45	<0.001	0.007	0.966
	Macera	27,03±18,09			
	Aksiyon	27,29±19,58			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 9’da Tip-4 kişilik tipi Erkek katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları drama ve macera grupları (p=0.048), Drama ve aksiyon grupları (p<0.001) macera ve aksiyon grupları (p=0.002) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları (p=0.001) macera ve aksiyon grupları (p=0.035) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları (p=0.079) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve macera grupları (p=0.001), Drama ve aksiyon grupları (p=0.002) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında (p=0.375) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları (p<0.001), Drama ve aksiyon grupları (p=0.007) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak

macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.966$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 7. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 7’da Tip-4 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 9’daki veriler ve Şekil 7’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 10. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	6,22±2,42	0.024	<0.001	<0.001
	Macera	4,94±1,91			
	Aksiyon	2,81±1,50			
Revisit count	Drama	2,54±1,33	0.463	<0.001	<0.001
	Macera	2,34±1,32			
	Aksiyon	0,97±0,89			
Fixation count	Drama	15,80±6,77	0.001	<0.001	0.506
	Macera	9,90±5,18			
	Aksiyon	9,14±4,12			
Saccade count	Drama	58,54±24,93	<0.001	<0.001	0.068
	Macera	35,87±17,00			
	Aksiyon	28,13±16,97			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

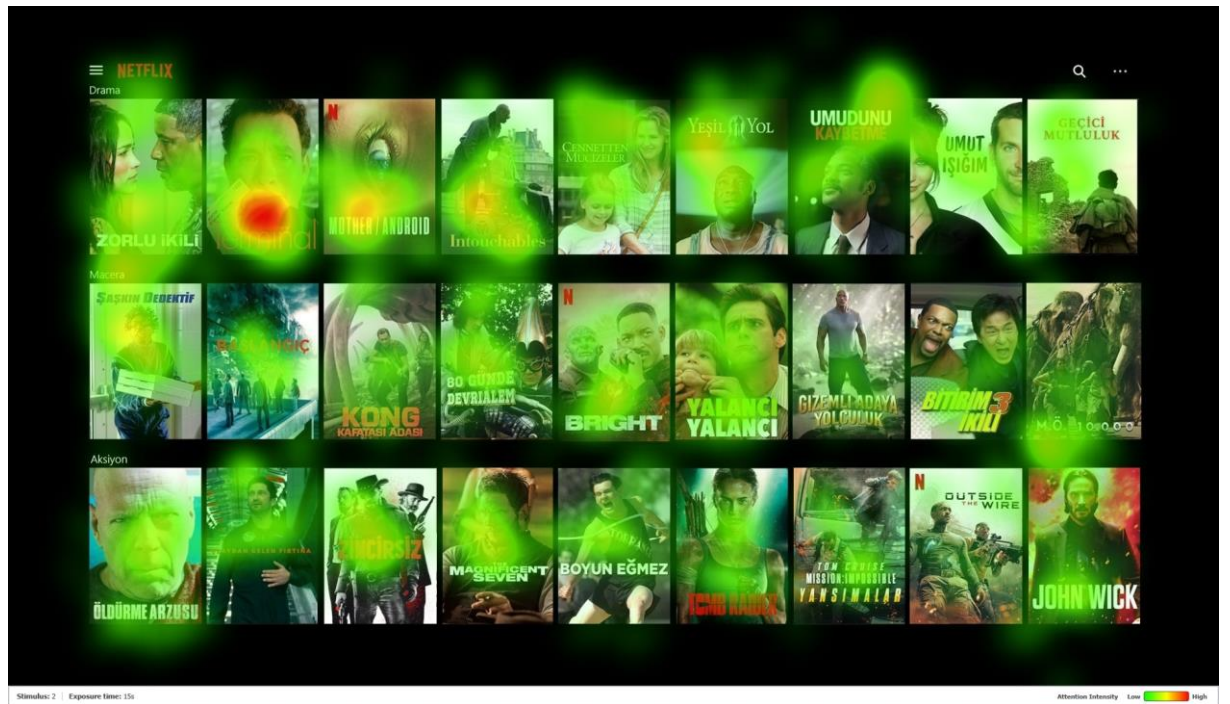
Tablo 10’da Tip-4 kişilik tipi katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları drama ve macera grupları ($p=0.024$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.463$) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve macera grupları ($p=0.001$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.506$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.068$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 8. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 8’de Tip-4 kişilik tipi katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 10’daki veriler ve Şekil 8’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 11. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	6,87±2,39	0.063	<0.001	0.001
	Macera	5,20±2,27			
	Aksiyon	2,87±1,06			
Revisit count	Drama	2,87±1,51	0.209	<0.001	0.009
	Macera	2,27±1,33			
	Aksiyon	1,13±0,92			
Fixation count	Drama	15,93±8,15	0.044	0.018	0.933
	Macera	9,13±6,25			
	Aksiyon	9,27±4,01			
Saccade count	Drama	66,93±21,89	0.011	<0.001	0.159
	Macera	37,27±18,51			
	Aksiyon	28,80±10,57			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 11’de Tip-4 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.063$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

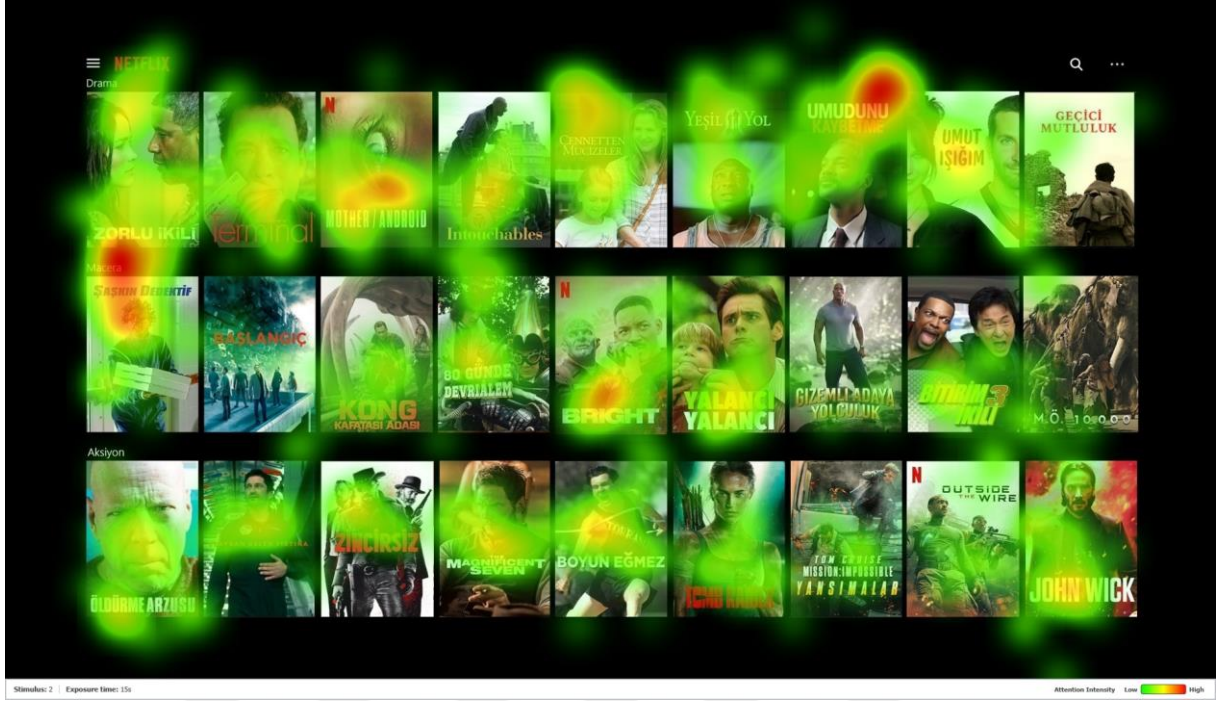
Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.009$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.209$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları Drama ve macera ($p=0.044$) grupları, Drama ve aksiyon grupları ($p=0.018$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.933$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur

Saccade count skorları ise Drama ve macera ($p=0.011$) grupları, Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak

macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.159$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 9. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 9’da Tip-4 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 11’deki veriler ve Şekil 9’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 12. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,57±2,35	0.227	0.003	0.009
	Macera	4,67±1,50			
	Aksiyon	2,75±1,87			
Revisit count	Drama	2,21±1,08	0.458	< 0.001	< 0.001
	Macera	2,41±1,35			
	Aksiyon	0,81±0,86			
Fixation count	Drama	15,67±5,35	0.001	0.007	0.340
	Macera	10,67±3,89			
	Aksiyon	9,01±4,36			
Saccade count	Drama	50,15±25,63	0.009	0.016	0.264
	Macera	34,47±15,86			
	Aksiyon	27,47±22,00			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

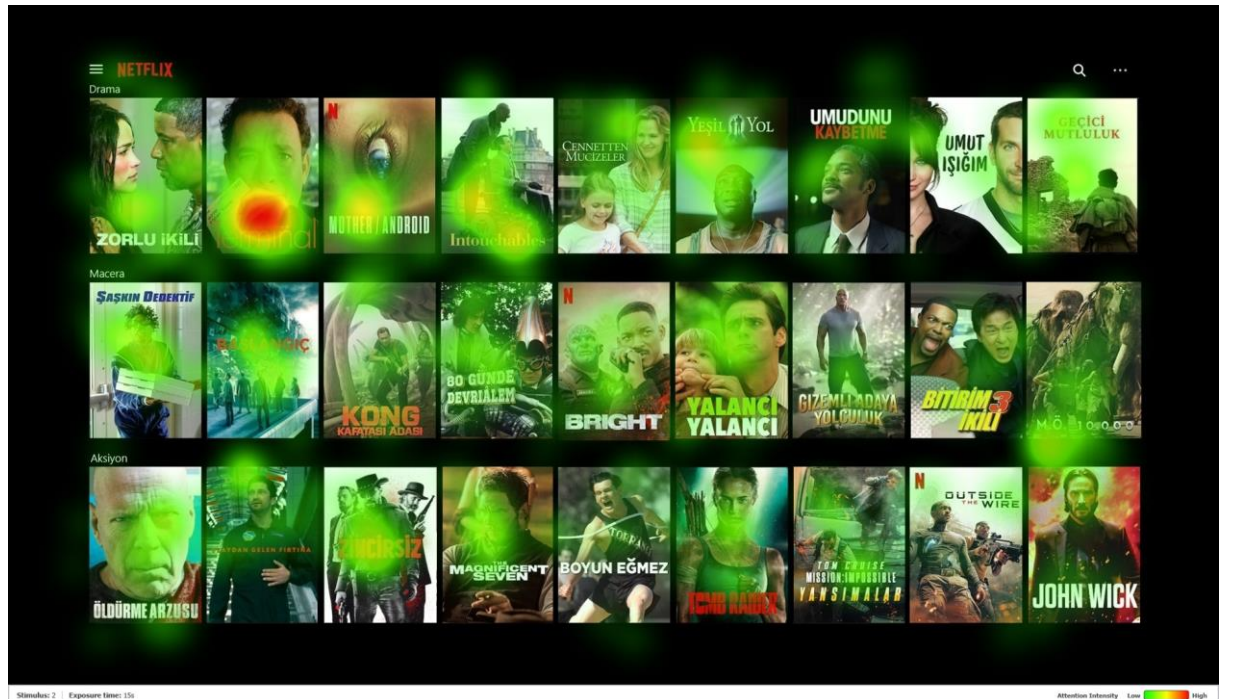
Tablo 12’de Tip-4 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.003$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.009$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.227$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.458$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları Drama ve macera ($p=0.001$) grupları, Drama ve aksiyon grupları ($p=0.007$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.340$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları ise Drama ve macera ($p=0.009$) grupları, Drama ve aksiyon grupları ($p=0.016$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.264$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 10. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 10’da Tip-4 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 12’deki veriler ve Şekil 10’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 13. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,79±2,24	0.418	<0.001	<0.001
	Macera	5,42±2,31			
	Aksiyon	2,74±1,72			
Revisit count	Drama	2,23±1,14	0.007	0.001	<0.001
	Macera	2,92±1,74			
	Aksiyon	1,21±1,47			
Fixation count	Drama	14,52±6,01	0.123	<0.001	0.099
	Macera	11,64±6,47			
	Aksiyon	8,75±6,58			
Saccade count	Drama	55,04±26,09	0.046	<0.001	0.006
	Macera	40,51±21,94			
	Aksiyon	25,66±16,72			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 13’de Tip-4 kişilik tipi katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.418$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

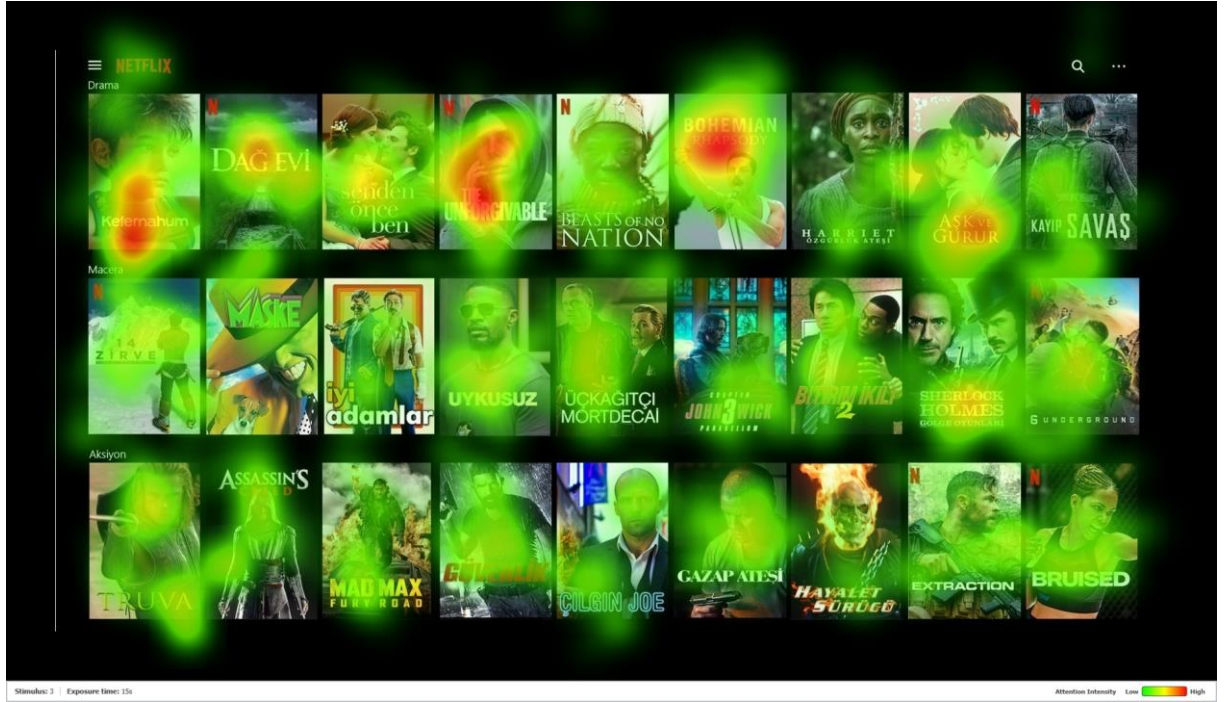
Revisit count skorları Drama ve macera grupları ($p=0.007$), Drama ve aksiyon grupları ($p=0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.123$), macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.099$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları ($p=0.046$), Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.006$) arasında istatistiksel olarak

anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 11. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 11’de Tip-4 kişilik tipi katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 13’deki veriler ve Şekil 11’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 14. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	6,87±1,81	0.221	<0.001	0.001
	Macera	6,13±2,59			
	Aksiyon	3,00±2,00			
Revisit count	Drama	2,73±1,03	0.076	0.018	0.001
	Macera	3,40±1,99			
	Aksiyon	1,60±1,80			
Fixation count	Drama	15,60±6,47	0.339	0.011	0.101
	Macera	12,40±8,08			
	Aksiyon	7,53±6,36			
Saccade count	Drama	61,60±26,91	0.184	<0.001	0.017
	Macera	44,27±24,32			
	Aksiyon	21,53±15,52			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 14'te Tip-4 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.221$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.018$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.076$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.011$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.339$), macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.101$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.017$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.184$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 12. Tip-4 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 12’de Tip-4 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 14’deki veriler ve Şekil 12’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 15. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,71±2,15	0.993	0.009	<0.001
	Macera	4,70±1,81			
	Aksiyon	2,48±1,41			
Revisit count	Drama	1,72±1,03	0.055	0.017	<0.001
	Macera	2,44±1,35			
	Aksiyon	0,82±0,95			
Fixation count	Drama	13,45±5,52	0.174	<0.001	0.642
	Macera	10,88±4,51			
	Aksiyon	9,97±6,78			
Saccade count	Drama	48,47±24,37	0.110	0.007	0.192
	Macera	36,76±19,36			
	Aksiyon	29,79±17,38			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 15’de Tip-4 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon

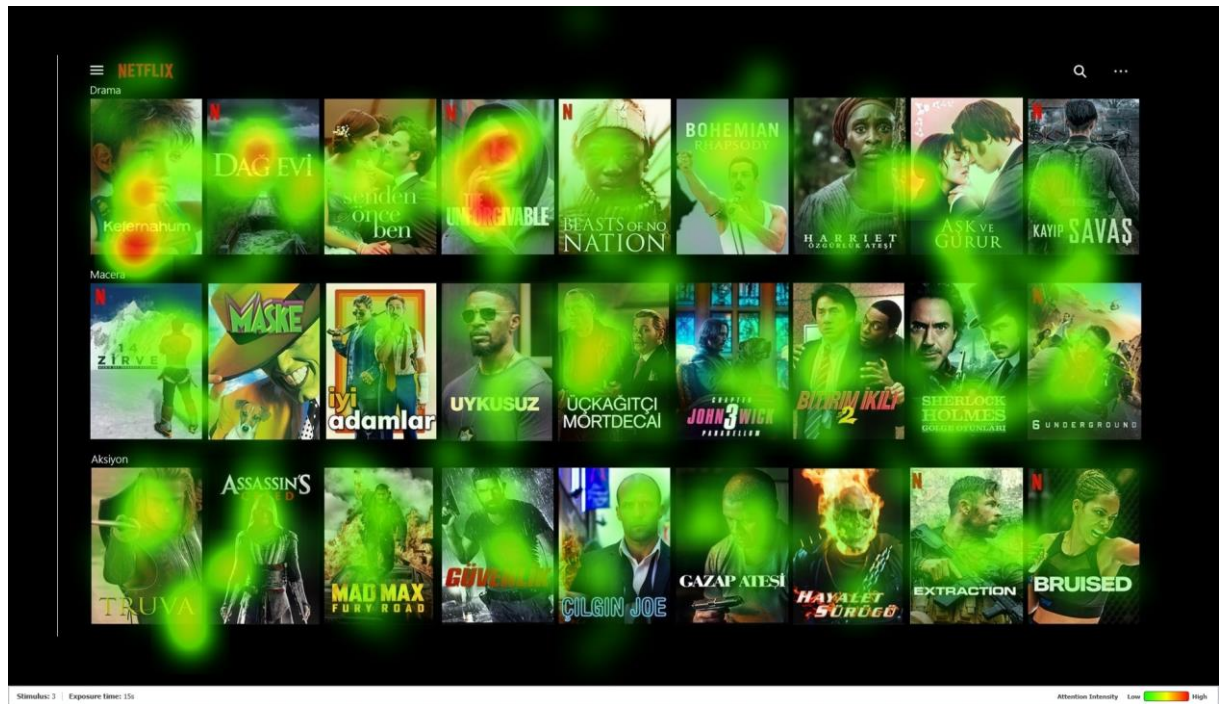
grupları ($p=0.009$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.993$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.017$), macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.055$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.174$), macera ve aksiyon grupları arasında ($p=0.642$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.007$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları ($p=0.0192$), Drama ve macera grupları ($p=0.110$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları da Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 13. Tip-4 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 13’de Tip-4 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 15’deki veriler ve Şekil 13’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 16. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,03±2,24	0.267	<0.001	<0.001
	Macera	5,73±2,72			
	Aksiyon	2,67±1,71			
Revisit count	Drama	2,17±1,32	0.405	0.001	<0.001
	Macera	2,47±1,57			
	Aksiyon	0,90±0,96			
Fixation count	Drama	12,13±9,10	0.443	0.008	0.004
	Macera	14,23±8,60			
	Aksiyon	7,83±5,07			
Saccade count	Drama	46,20±30,89	0.687	<0.001	0.004
	Macera	50,77±37,47			
	Aksiyon	23,80±15,85			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

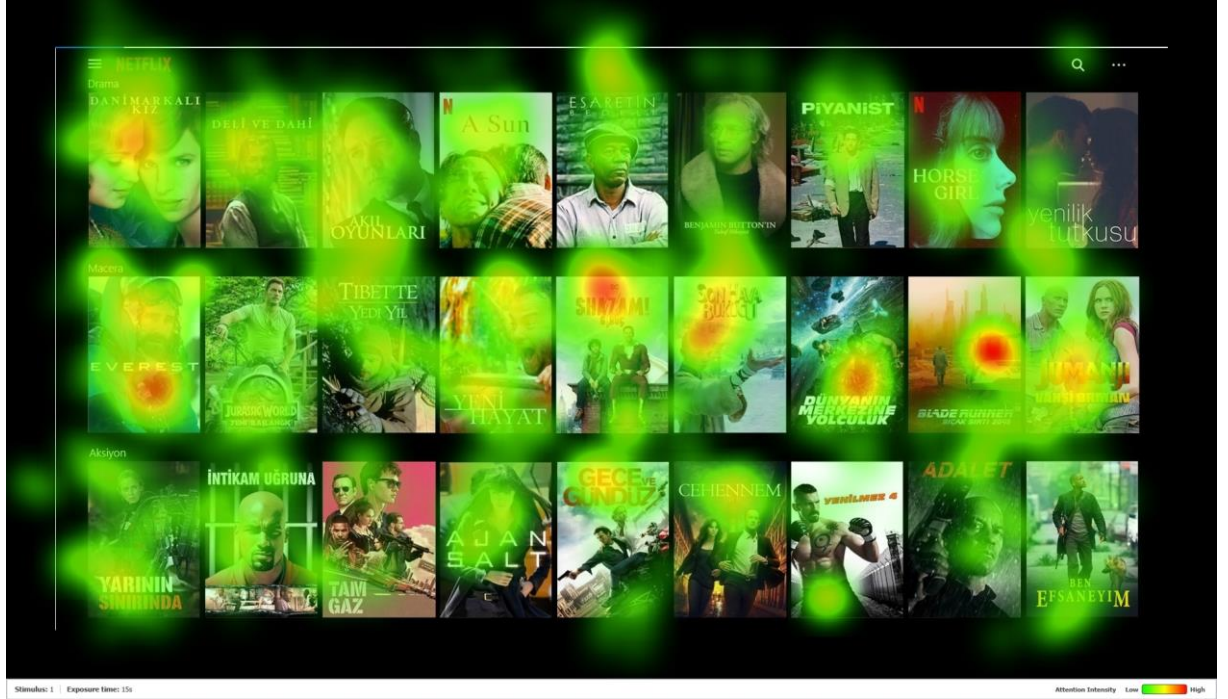
Tablo 16’da Tip-7 kişilik tipi katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.267$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.001$), macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.405$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.008$) arasında Macera ve aksiyon grupları ($p=0.004$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.443$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.004$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.687$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 14. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 14’de Tip-7 kişilik tipi katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 16’daki veriler ve Şekil 14’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 17. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,67±2,02	0.318	<0.001	<0.001
	Macera	6,67±3,02			
	Aksiyon	2,87±1,46			
Revisit count	Drama	2,53±1,19	0.278	0.003	<0.001
	Macera	3,20±1,66			
	Aksiyon	1,07±0,96			
Fixation count	Drama	13,87±9,29	0.922	0.027	0.061
	Macera	13,53±6,80			
	Aksiyon	8,27±5,86			
Saccade count	Drama	49,87±30,41	0.327	0.003	0.057
	Macera	39,07±22,12			
	Aksiyon	22,73±16,14			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

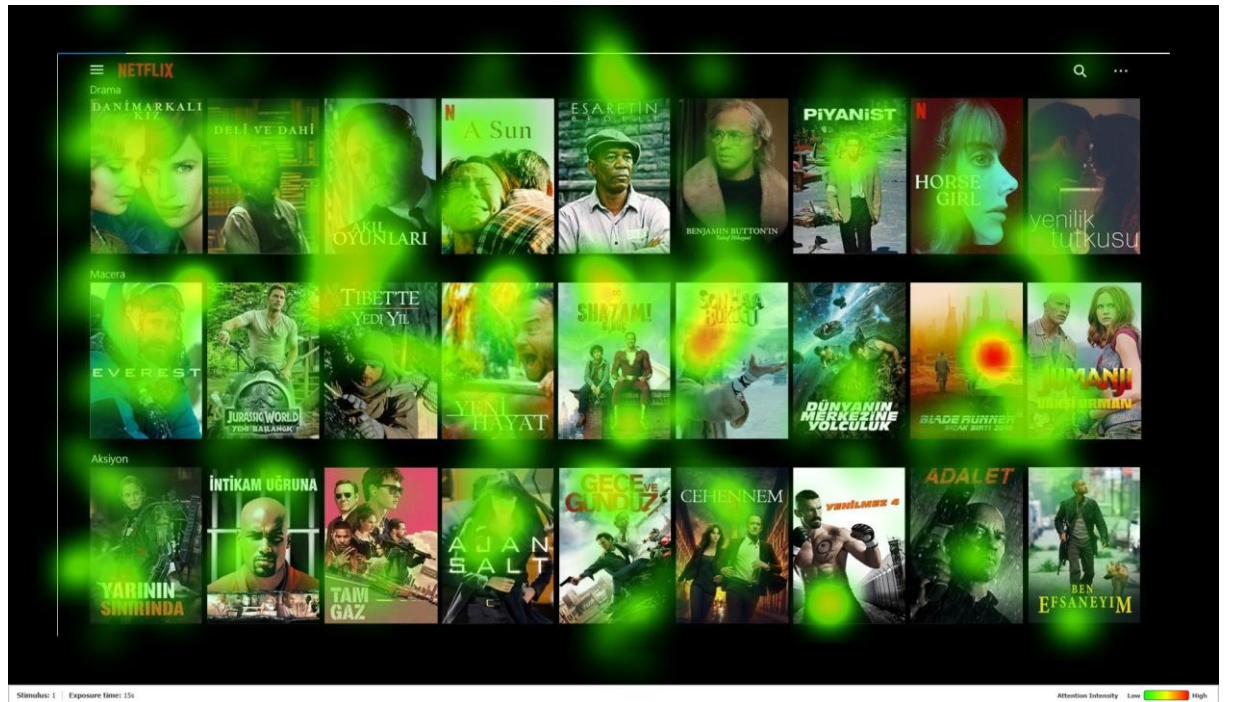
Tablo 17’de Tip-7 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.318$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.003$), macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.278$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.027$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.922$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.061$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.327$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.057$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 15. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 15’de Tip-7 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 17’deki veriler ve Şekil 15’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 18. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,40±2,32	0.624	0.003	0.003
	Macera	4,80±2,08			
	Aksiyon	2,47±1,96			
Revisit count	Drama	1,80±1,37	0.869	0.023	0.010
	Macera	1,73±1,10			
	Aksiyon	0,73±0,96			
Fixation count	Drama	10,40±8,88	0.305	0.163	0.037
	Macera	14,93±10,28			
	Aksiyon	7,40±4,29			
Saccade count	Drama	42,53±32,00	0.320	0.046	0.025
	Macera	62,47±46,10			
	Aksiyon	24,87±16,04			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 18’de Tip-7 kişilik tipi Erkek katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları (p=0.003) macera ve aksiyon grupları (p=0.003) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları (p=0.624) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

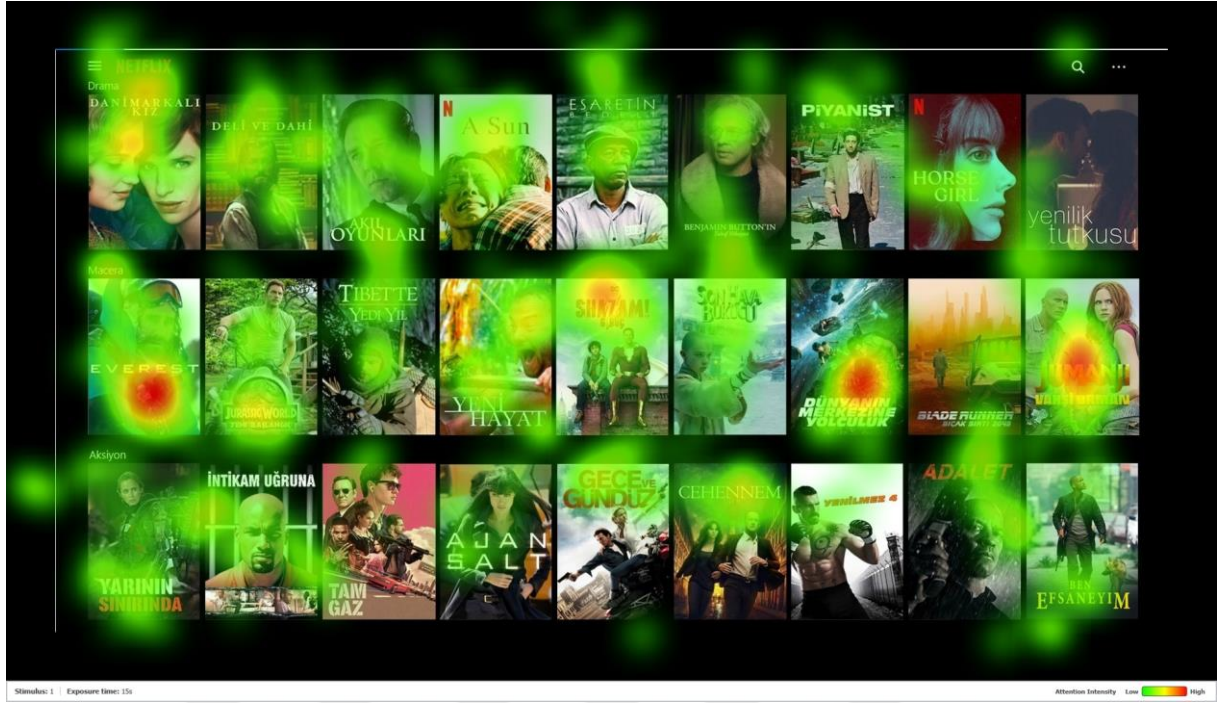
Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları (p=0.023), macera ve aksiyon grupları (p=0.010) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.869) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir.Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları macera ve aksiyon grupları (p=0.037) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları (p=0.305), drama ve aksiyon grupları (p=0.163) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları (p=0.046), Macera ve aksiyon grupları (p=0.025) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama

ve macera grupları ($p=0.320$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 16. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 16’da Tip-7 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 18’deki veriler ve Şekil 16’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 19. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,13±2,97	0.596	0.001	<0.001
	Macera	5,53±2,66			
	Aksiyon	3,03±1,71			
Revisit count	Drama	1,97±1,22	0.281	0.004	<0.001
	Macera	2,33±1,86			
	Aksiyon	1,10±1,24			
Fixation count	Drama	11,27±8,92	0.272	0.064	0.012
	Macera	14,43±10,08			
	Aksiyon	8,07±5,12			
Saccade count	Drama	43,30±29,48	0.347	0.005	0.003
	Macera	53,70±38,71			
	Aksiyon	25,20±20,21			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 19’da Tip-7 kişilik tipi katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.596$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.004$), macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.281$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları arasında Macera ve aksiyon grupları ($p=0.012$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.272$) drama ve aksiyon grupları ($p=0.064$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.005$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.347$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 17. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 17’de Tip-7 kişilik tipi katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 19’daki veriler ve Şekil 17’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 20. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Kadın Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	6,73±2,84	0.283	0.001	0.005
	Macera	5,40±3,50			
	Aksiyon	3,07±1,79			
Revisit count	Drama	2,60±1,18	1.000	0.011	0.003
	Macera	2,60±2,29			
	Aksiyon	1,27±1,39			
Fixation count	Drama	14,73±10,07	0.268	0.018	0.234
	Macera	10,87±7,73			
	Aksiyon	8,07±3,99			
Saccade count	Drama	54,67±33,22	0.044	0.004	0.237
	Macera	32,27±19,29			
	Aksiyon	23,40±19,06			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 20’de Tip-7 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon

grupları ($p=0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.005$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.283$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.011$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=1.000$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları arasında Drama ve aksiyon grupları ($p=0.018$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.268$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.234$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.004$), Drama ve macera grupları ($p=0.044$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları ($p=0.237$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 18. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 18’de Tip-7 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 20’deki veriler ve Şekil 18’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisinde daha aktif olduğu ancak Drama ve Aksiyon kategorilerinden bazı filmlere yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 21. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Erkek Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	3,53±2,17	0.007	0.326	<0.001
	Macera	5,67±1,54			
	Aksiyon	3,00±1,69			
Revisit count	Drama	1,33±0,90	0.003	0.189	0.005
	Macera	2,07±1,33			
	Aksiyon	0,93±1,10			
Fixation count	Drama	7,80±6,14	0.019	0.889	0.028
	Macera	18,00±11,12			
	Aksiyon	8,07±6,19			
Saccade count	Drama	31,93±20,50	0.014	0.435	0.006
	Macera	75,13±41,80			
	Aksiyon	27,00±21,81			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 21’de Tip-7 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve macera grupları (p=0.007), macera ve aksiyon grupları (p<0.001) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları (p=0.326) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

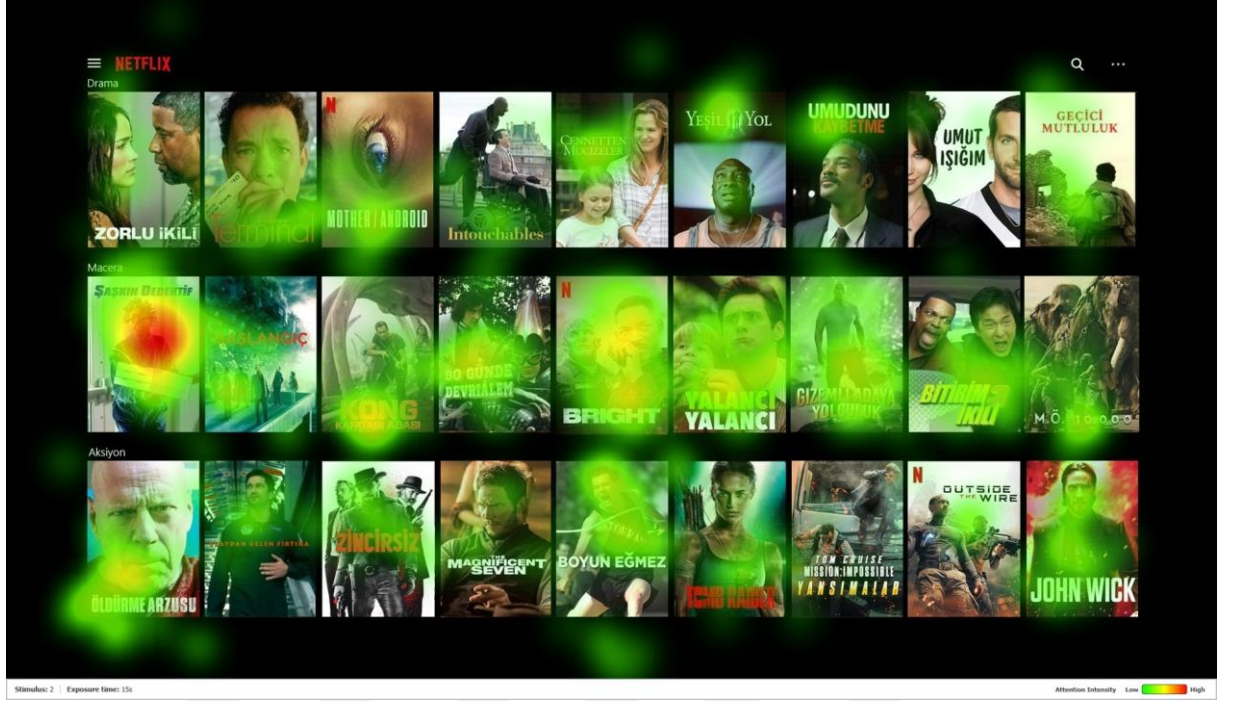
Revisit count skorları Drama ve macera grupları (p=0.003), macera ve aksiyon grupları (p=0.005) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları (p=0.189) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları Drama ve macera grupları (p=0.019), macera ve aksiyon grupları (p=0.028) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları (p=0.889) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Fization Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları Drama ve macera grupları (p=0.014), macera ve aksiyon grupları (p=0.006) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama

ve aksiyon grupları ($p=0.435$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 19. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 19’da Tip-7 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 21’deki veriler ve Şekil 19’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 22. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,03±2,20	<0.001	0.113	<0.001
	Macera	5,73±2,39			
	Aksiyon	3,23±1,61			
Revisit count	Drama	1,47±1,17	0.004	0.463	0.001
	Macera	2,57±1,74			
	Aksiyon	1,27±1,11			
Fixation count	Drama	10,27±7,86	0.096	1.000	0.085
	Macera	14,53±8,51			
	Aksiyon	10,27±7,94			
Saccade count	Drama	43,73±30,91	0.259	0.026	0.005
	Macera	56,33±36,75			
	Aksiyon	29,17±19,88			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 22’de Tip-7 kişilik tipi katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve macera grupları ($p<0.001$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları ($p=0.113$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve macera grupları ($p=0.004$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları ($p=0.463$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.026$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.005$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.259$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 20. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 20’de Tip-7 kişilik tipi katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 22’deki veriler ve Şekil 20’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 23. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,80±2,04	<0.001	0.034	0.001
	Macera	6,13±2,33			
	Aksiyon	3,27±1,44			
Revisit count	Drama	1,93±1,16	0.149	0.120	0.023
	Macera	2,80±1,93			
	Aksiyon	1,33±1,05			
Fixation count	Drama	13,07±7,57	0.885	0.444	0.618
	Macera	12,60±7,76			
	Aksiyon	11,20±6,98			
Saccade count	Drama	51,60±31,98	0.402	0.018	0.178
	Macera	41,40±25,61			
	Aksiyon	29,47±16,89			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

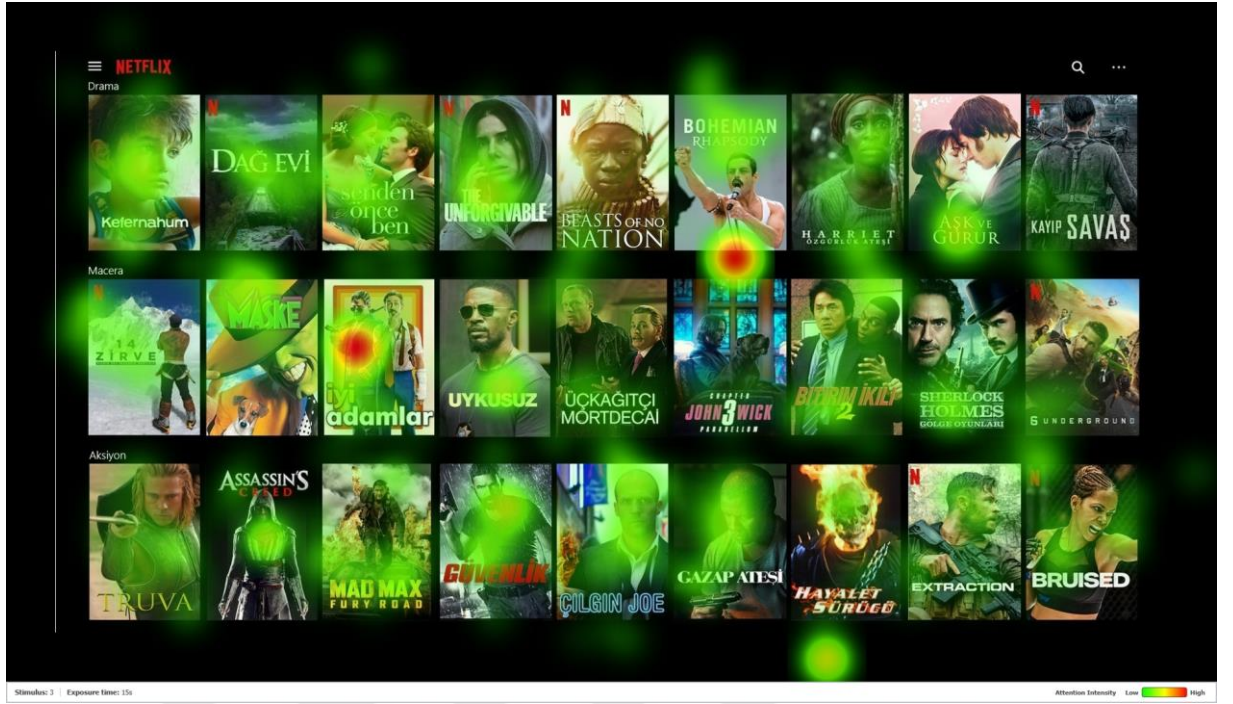
Tablo 23’te Tip-7 kişilik tipi Kadın katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama ve aksiyon ($p=0.034$) macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.023$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve macera grupları ($p=0.149$) drama ve aksiyon grupları ($p=0.120$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.018$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.402$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.178$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 21. Tip-7 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 21’de Tip-7 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 23’deki veriler ve Şekil 21’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 24. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	3,27±2,15	<0.001	0.925	0.007
	Macera	5,33±2,47			
	Aksiyon	3,20±1,82			
Revisit count	Drama	1,00±1,00	0.008	0.607	0.009
	Macera	2,33±1,54			
	Aksiyon	1,20±1,21			
Fixation count	Drama	7,47±7,33	0.022	0.484	0.086
	Macera	16,47±9,05			
	Aksiyon	9,33±8,95			
Saccade count	Drama	35,87±28,71	0.054	0.457	0.013
	Macera	71,27±40,79			
	Aksiyon	28,87±23,09			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 24’te Tip-7 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve macera

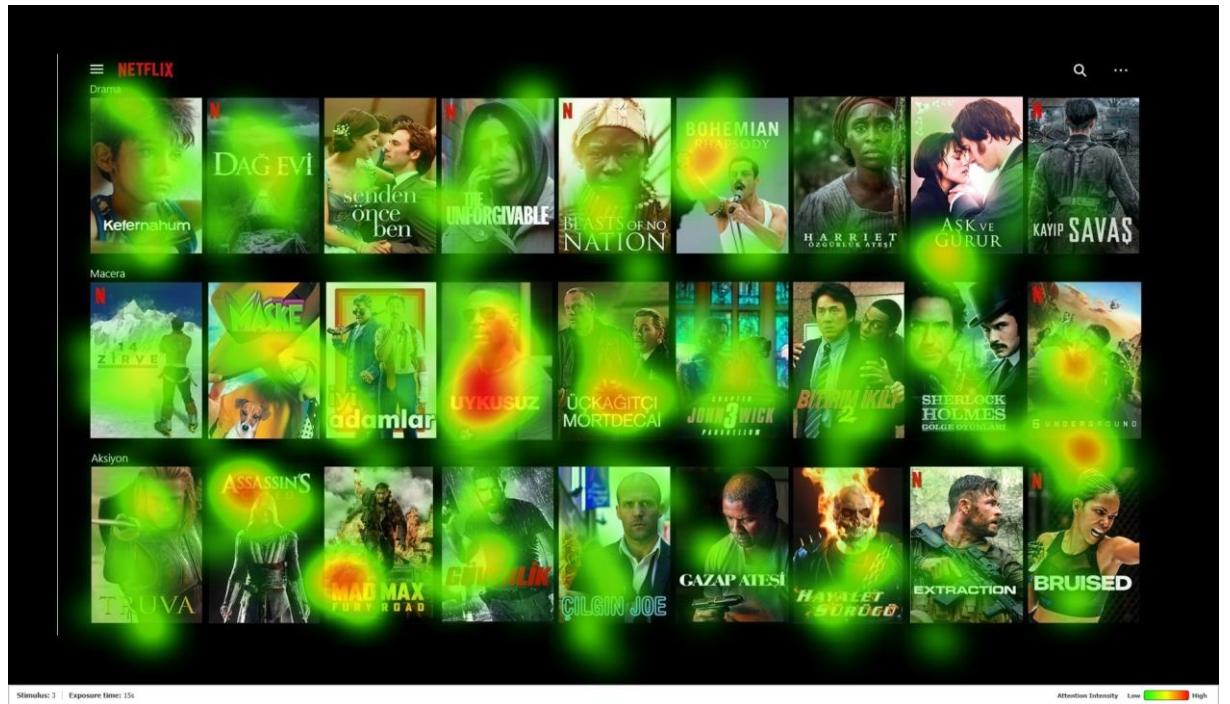
grupları ($p<0.001$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.007$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon ($p=0.925$) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve macera grupları ($p=0.008$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.009$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon ($p=0.607$) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları Drama ve macera ($p=0.022$) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon ($p=0.484$), Macera ve aksiyon ($p=0.086$) Grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Fixation count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.013$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.054$) drama ve aksiyon grupları ($p=0.457$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 22. Tip-7 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 22’de Tip-7 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 24’deki veriler ve Şekil 22’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Macera kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 25. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,20±2,70	0.876	0.102	0.027
	Macera	5,13±1,81			
	Aksiyon	4,17±2,04			
Revisit count	Drama	1,97±1,38	0.068	0.105	0.005
	Macera	2,40±1,30			
	Aksiyon	1,50±1,22			
Fixation count	Drama	11,60±9,20	0.680	0.465	0.207
	Macera	10,77±6,62			
	Aksiyon	13,67±8,47			
Saccade count	Drama	41,03±23,49	0.190	0.489	0.047
	Macera	33,23±20,70			
	Aksiyon	47,07±31,46			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

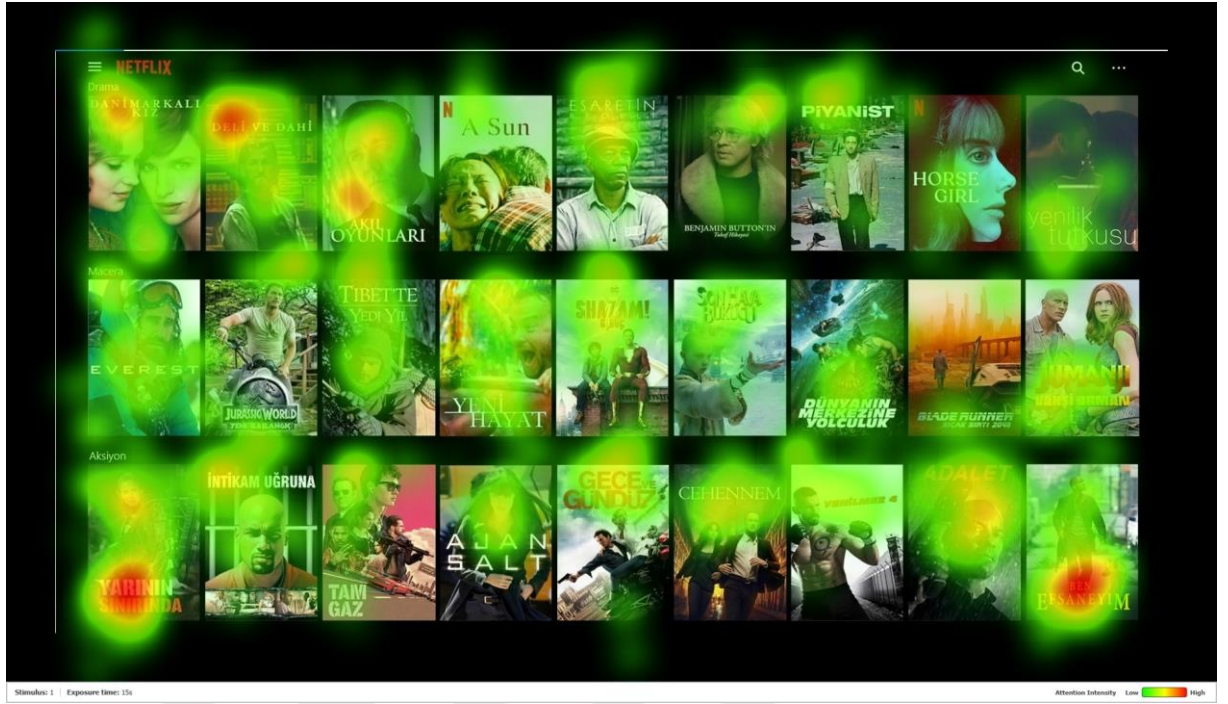
Tablo 25’de Tip-8 kişilik tipi katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları macera ve aksiyon grupları (p=0.027) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.876) drama ve aksiyon grupları (p=0.102) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları macera ve aksiyon grupları (p=0.005) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları (p=0.105) Drama ve macera (p=0.068) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir (p>0.05).

Saccade count skorları macera ve aksiyon grupları (p=0.047) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları (p=0.489), Drama ve macera grupları (p=0.190) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 23. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 23’de Tip-8 kişilik tipi katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 25’deki veriler ve Şekil 23’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir. Ancak Drama kategorisinde de bazı filmlere yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

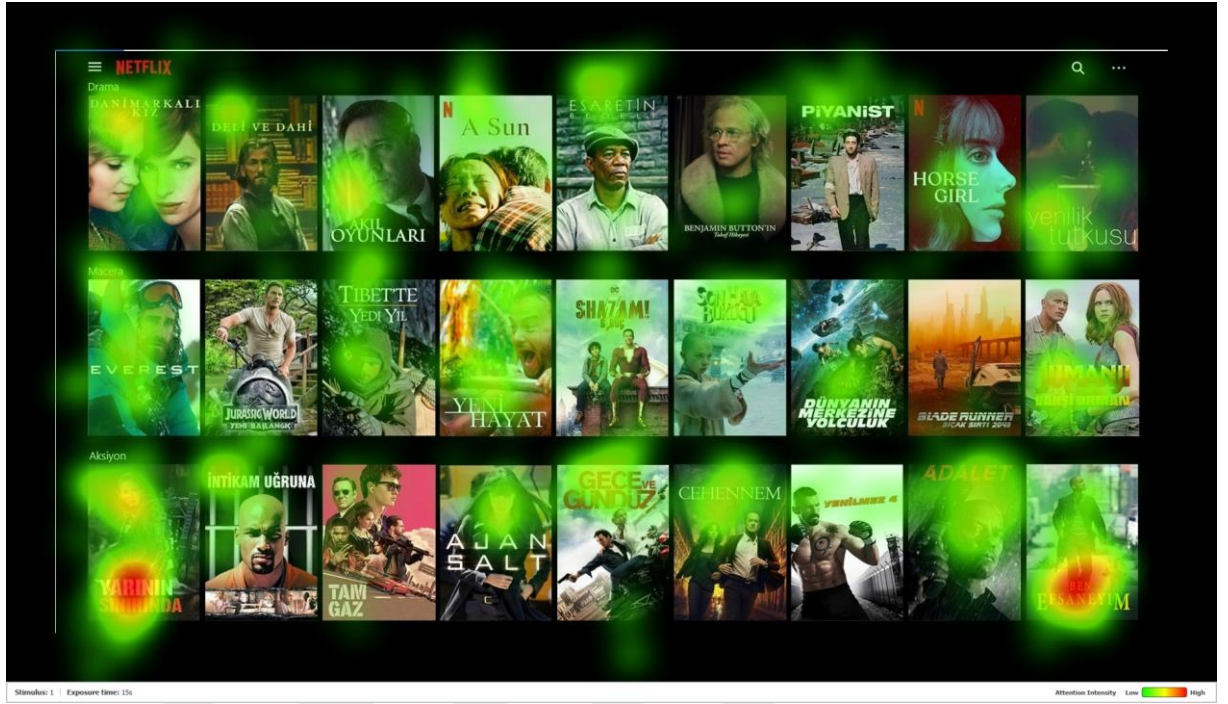
Tablo 26. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,6±2,82	0.913	0.354	0.243
	Macera	5,53±1,88			
	Aksiyon	4,73±2,12			
Revisit count	Drama	1,87±1,06	0.135	0.442	0.084
	Macera	2,4±1,06			
	Aksiyon	1,53±1,3			
Fixation count	Drama	9,67±6,23	0.771	0.181	0.183
	Macera	10,13±6,41			
	Aksiyon	15±9,7			
Saccade count	Drama	38,8±16,77	0.275	0.360	0.101
	Macera	31,8±19,44			
	Aksiyon	47,33±24,53			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 26’da Tip-8 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Şekil 24. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 24’de Tip-8 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 26’daki veriler ve Şekil 24’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 27. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,80±2,60	0.916	0.181	0.048
	Macera	4,73±1,71			
	Aksiyon	3,60±1,84			
Revisit count	Drama	2,07±1,67	0.313	0.132	0.025
	Macera	2,40±1,55			
	Aksiyon	1,47±1,19			
Fixation count	Drama	13,53±11,34	0.575	0.771	0.751
	Macera	11,40±6,98			
	Aksiyon	12,33±7,11			
Saccade count	Drama	43,27±29,17	0.409	0.817	0.258
	Macera	34,67±22,47			
	Aksiyon	46,8±38,06			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 27’de Tip-8 kişilik tipi Erkek katılımcıların Görsel-1 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.027$) arasında Revisit Count skorlarında Macera ve aksiyon grupları ($p=0.025$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count

skorları drama grubunda, Revisit count skorları ise macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 25. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-1 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 25’de Tip-8 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-1 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 27’deki veriler ve Şekil 25’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Drama kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 28. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,73±2,3	0.730	0.018	0.007
	Macera	4,60±1,87			
	Aksiyon	3,47±1,74			
Revisit count	Drama	1,63±1,19	0.645	0.031	0.003
	Macera	1,77±1,25			
	Aksiyon	1,03±0,89			
Fixation count	Drama	12,97±9,58	0.074	0.905	0.146
	Macera	9,37±5,34			
	Aksiyon	12,63±9,98			
Saccade count	Drama	48,87±27,92	0.008	0.650	0.185
	Macera	32,70±21,11			
	Aksiyon	44,37±34,31			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 28’de Tip-8 kişilik tipi katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon ($p=0.018$) grupları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.007$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.730$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon ($p=0.031$) grupları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.645$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları Drama ve macera grupları ($p=0.008$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak drama ve aksiyon grupları ($p=0.650$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.185$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 26. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 26’da Tip-8 kişilik tipi katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 28’deki veriler ve Şekil 26’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir. Ancak Drama ve Macera kategorilerinde de bazı filmlere yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 29. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	5,40±2,44	0.383	0.012	0.001
	Macera	4,87±1,68			
	Aksiyon	3,33±1,68			
Revisit count	Drama	2,00±1,00	0.890	0.032	0.028
	Macera	1,93±1,28			
	Aksiyon	1,13±0,92			
Fixation count	Drama	13,07±9,38	0.374	0.909	0.536
	Macera	10,53±5,99			
	Aksiyon	12,60±10,30			
Saccade count	Drama	48,00±24,62	0.124	0.408	0.674
	Macera	35,27±18,35			
	Aksiyon	39,07±23,34			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

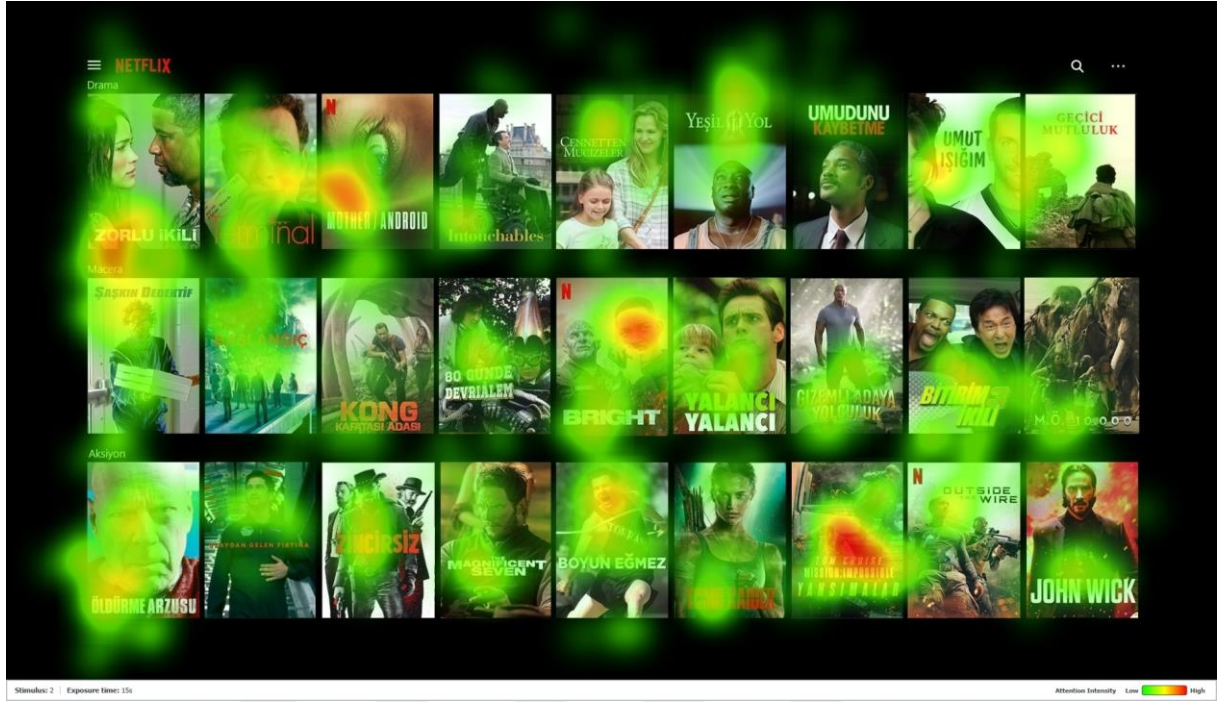
Tablo 29’da Tip-8 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve aksiyon (p=0.012) grupları, macera ve aksiyon grupları (p=0.001) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.383) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve aksiyon (p=0.032) grupları, macera ve aksiyon grupları (p=0.028) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.890) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir (p>0.05).

Saccade count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir (p>0.05).

Şekil 27. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 27’de Tip-8 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 29’daki veriler ve Şekil 27’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon kategorisine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir. Ancak Drama ve Macera kategorilerinde de bazı filmlere yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 30. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,07±2,02	0.589	0.501	0.303
	Macera	4,33±2,06			
	Aksiyon	3,60±1,84			
Revisit count	Drama	1,27±1,28	0.334	0.403	0.055
	Macera	1,60±1,24			
	Aksiyon	0,93±0,88			
Fixation count	Drama	12,87±10,1	0.118	0.961	0.158
	Macera	8,20±4,51			
	Aksiyon	12,67±10,01			
Saccade count	Drama	49,73±31,74	0.036	0.997	0.207
	Macera	30,13±23,91			
	Aksiyon	49,67±42,82			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 30’da Tip-8 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-2 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır.

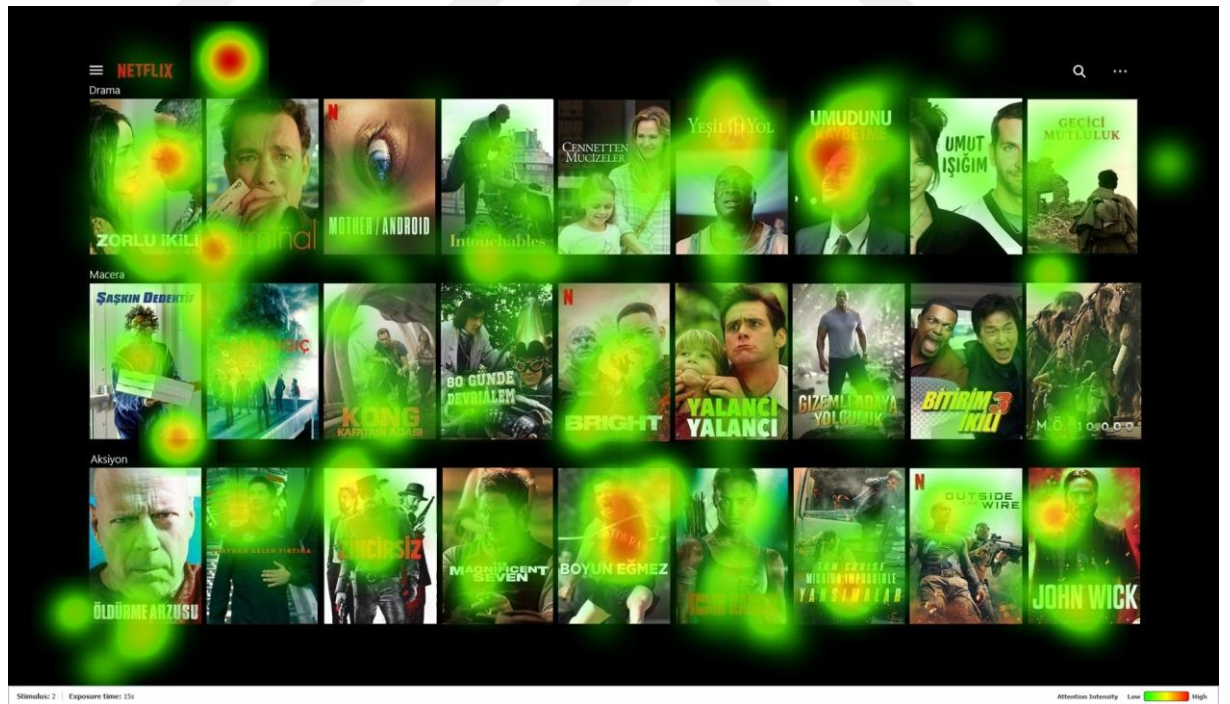
Dwell count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Revisit count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları Drama ve macera grupları ($p=0.036$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş, ancak Drama ve aksiyon ($p=0.997$), Macera ve aksiyon ($p=0.207$) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Saccade count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Şekil 28. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-2 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 28’de Tip-8 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-2 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 30’daki veriler ve Şekil 28’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon ve Drama kategorilerine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 31. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=30)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	3,87±2,29	0.004	0.387	<0.001
	Macera	5,10±2,45			
	Aksiyon	3,40±1,94			
Revisit count	Drama	1,53±1,50	0.013	0.109	0.001
	Macera	2,13±1,59			
	Aksiyon	1,03±1,22			
Fixation count	Drama	11,47±10,71	0.588	0.553	0.162
	Macera	10,27±5,51			
	Aksiyon	13,33±9,06			
Saccade count	Drama	43,10±28,71	0.349	0.822	0.256
	Macera	36,87±19,86			
	Aksiyon	45,30±33,13			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

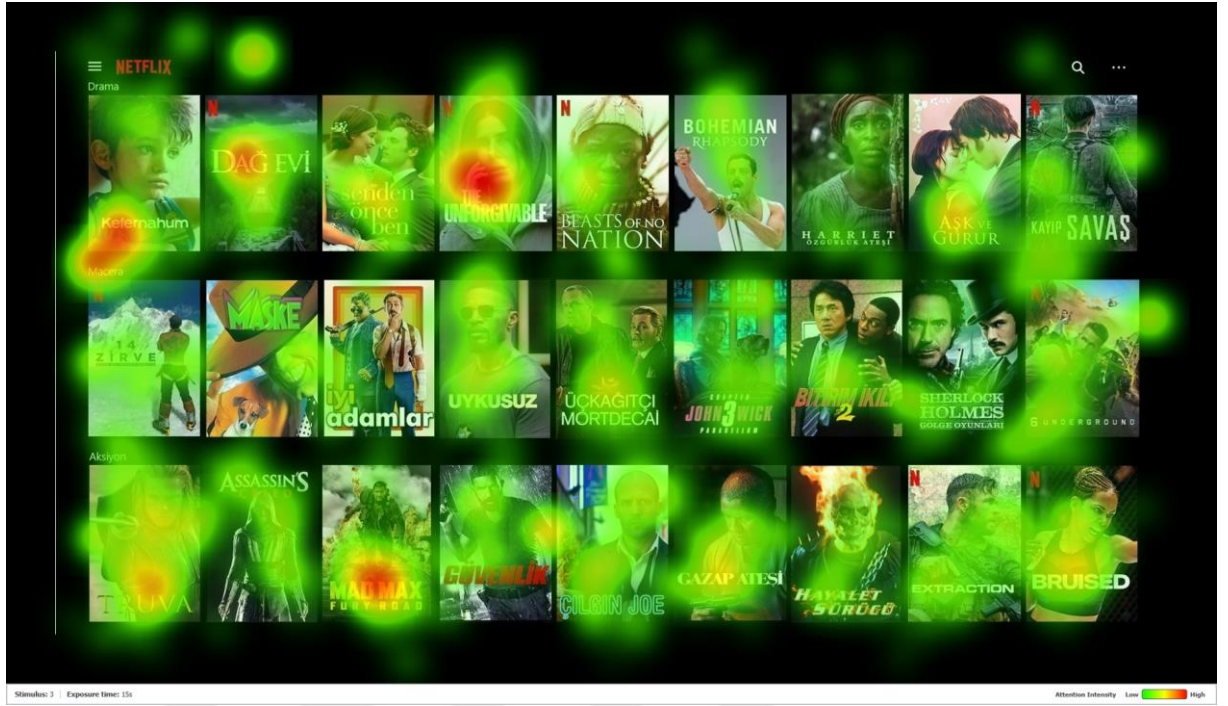
Tablo 31’de Tip-8 kişilik tipi katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları Drama ve macera ($p=0.004$) grupları, macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları ($p=0.387$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve macera ($p=0.013$) grupları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları ($p=0.109$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Şekil 29. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=30)



Şekil 29’da Tip-8 kişilik tipi katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 31’deki veriler ve Şekil 29’daki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon ve Drama kategorilerine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 32. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	3,67±2,09	0.126	0.178	0.002
	Macera	4,60±2,20			
	Aksiyon	2,73±1,44			
Revisit count	Drama	1,33±1,50	0.033	0.106	0.004
	Macera	1,93±1,53			
	Aksiyon	0,67±0,90			
Fixation count	Drama	13,67±12,98	0.570	0.651	0.956
	Macera	11,40±5,63			
	Aksiyon	11,53±7,31			
Saccade count	Drama	51,07±33,51	0.239	0.446	0.748
	Macera	37,40±18,24			
	Aksiyon	40,07±27,92			

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:dram-aksiyon, p3:macera-aksiyon

Tablo 32’de Tip-8 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, macera ve

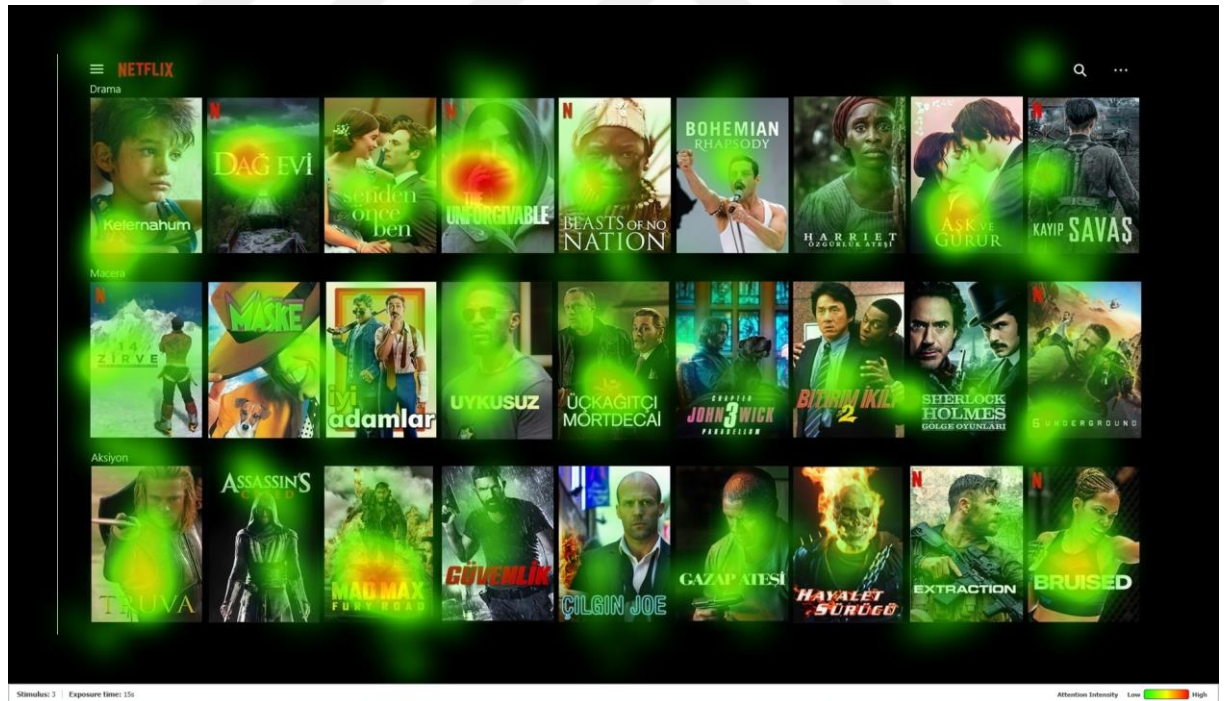
aksiyon grupları ($p=0.002$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera ($p=0.126$) grupları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.178$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Drama ve macera ($p=0.033$) grupları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.004$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları ($p=0.106$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Şekil 30. Tip-8 Kişilik Tipi Kadın Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 30'da Tip-8 kişilik tipi kadın katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 32'deki veriler ve Şekil 30'daki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon ve Drama kategorilerine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

Tablo 33. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2	p3
Dwell Count	Drama	4,07±2,52	0.017	1.000	0.029
	Macera	5,60±2,67			
	Aksiyon	4,07±2,19			
Revisit count	Drama	1,73±1,53	0.144	0.494	0.053
	Macera	2,33±1,68			
	Aksiyon	1,40±1,40			
Fixation count	Drama	9,27±7,68	0.951	0.122	0.104
	Macera	9,13±5,34			
	Aksiyon	15,13±10,48			
Saccade count	Drama	35,13±21,18	0.863	0.253	0.264
	Macera	36,33±22,00			
	Aksiyon	50,53±37,89			

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon, p3:macera-aksiyon

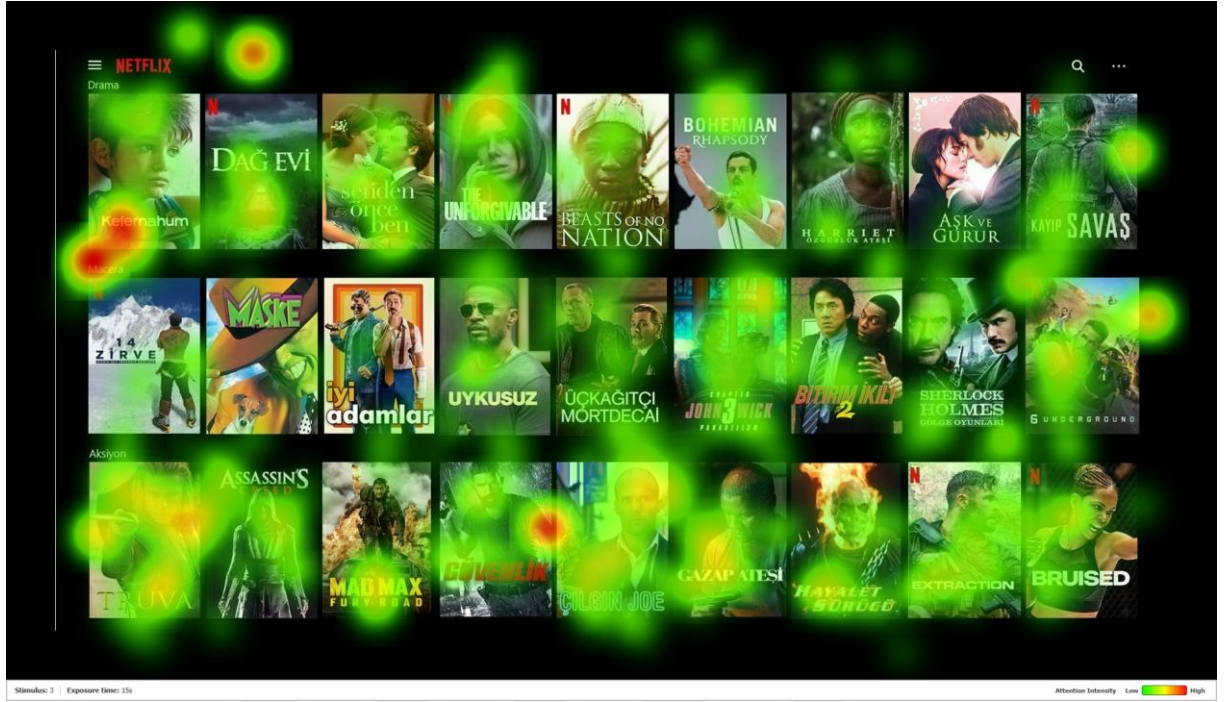
Tablo 33’de Tip-8 kişilik tipi Erkek katılımcıların Görsel-3 Göz izlem parametreleri gruplar açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.017$) macera ve aksiyon grupları ($p=0.029$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları ($p=1.000$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Şekil 31. Tip-8 Kişilik Tipi Erkek Katılımcıların Görsel-3 İçin Heatmap Görseli (N=15)



Şekil 31’de Tip-8 kişilik tipi erkek katılımcıların Görsel-3 için ısı haritası görülmektedir. Tablo 33’deki veriler ve Şekil 31’deki ısı haritası ışığında katılımcıların Aksiyon ve Drama kategorilerine daha yoğun baktığı ve odaklandığı görülmektedir.

5.2.Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi ve Katılımcıların Sesli Yanıtları İle Karşılaştırılması

Aşağıda tablo 34 – tablo 51 arasında bu çalışma kapsamında incelenen Tip-4, Tip-7 ve Tip-8 katılımcıların göz takibi cihazından elde edilen verilerin sesli yanıtlara verdikleri cevaplar ile karşılaştırması yer almaktadır.

Tablo 34. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=8)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	4,94±1,74	0.019	0.463
	<u>Macera</u>	6,40±0,88		
	<u>Aksiyon</u>	4,05±1,98		
Revisit count	Drama	1,80±1,60	0.011	0.658
	<u>Macera</u>	2,54±1,18		
	<u>Aksiyon</u>	1,53±0,74		
Fixation count	Drama	7,21±3,45	0.093	0.227
	<u>Macera</u>	11,16±10,87		
	<u>Aksiyon</u>	10,53±5,26		
Saccade count	Drama	34,24±9,26	0.200	0.642
	<u>Macera</u>	48,94±23,60		
	<u>Aksiyon</u>	38,18±23,56		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 34’de Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Drama ve macera grupları (p=0.019) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları (p=0.463) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Drama ve macera grupları (p=0.011) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları (p=0.658) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir (p>0.05).

Saccade count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Tablo 35. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Drama (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=22)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	6,59±2,02	<0.001	<0.001
	Macera	4,14±1,39		
	Aksiyon	2,86±1,28		
Revisit count	Drama	3,05±1,50	<0.001	<0.001
	Macera	1,95±1,36		
	Aksiyon	1,00±0,82		
Fixation count	Drama	18,82±4,97	<0.001	<0.001
	Macera	8,36±3,84		
	Aksiyon	9,23±4,51		
Saccade count	Drama	63,50±22,78	<0.001	<0.001
	Macera	27,09±15,65		
	Aksiyon	24,55±12,57		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 35’de Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Drama (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 36. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=9)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	5,55±2,50	1.000	0.107
	<u>Macera</u>	5,55±2,00		
	<u>Aksiyon</u>	3,33±2,06		
Revisit count	Drama	2,33±1,93	0.580	0.038
	<u>Macera</u>	2,66±0,86		
	<u>Aksiyon</u>	0,88±0,78		
Fixation count	Drama	12,22±6,28	0.896	0.454
	<u>Macera</u>	10,00±5,74		
	<u>Aksiyon</u>	9,66±6,10		
Saccade count	Drama	41,55±18,18	0.515	0.120
	<u>Macera</u>	46,88±19,80		
	<u>Aksiyon</u>	34,00±23,91		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 36’da Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır.

Revisit count skorları, Drama ve aksiyon grupları (p=0.038) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş. Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 37. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Drama (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=21)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	<u>Drama</u>	6,50±2,38	0.011	<0.001
	Macera	4,67±1,85		
	Aksiyon	2,58±1,16		
Revisit count	<u>Drama</u>	2,62±1,01	0.154	<0.001
	Macera	2,20±1,46		
	Aksiyon	1,00±0,94		
Fixation count	<u>Drama</u>	17,14±6,18	<0.001	<0.001
	Macera	8,90±4,42		
	Aksiyon	8,90±3,08		
Saccade count	<u>Drama</u>	65,82±24,14	<0.001	<0.001
	Macera	31,14±13,55		
	Aksiyon	25,61±12,91		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 37’de Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Drama (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır.

Dwell count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.011$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 38. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=9)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	4,66±2,64	0.138	0.156
	<u>Macera</u>	5,88±2,75		
	<u>Aksiyon</u>	2,77±1,48		
Revisit count	Drama	1,55±1,33	0.016	0.608
	<u>Macera</u>	2,77±1,56		
	<u>Aksiyon</u>	1,22±1,20		
Fixation count	Drama	9,44±4,77	0.029	0.880
	<u>Macera</u>	16,66±6,65		
	<u>Aksiyon</u>	9,89±9,04		
Saccade count	Drama	35,11±11,67	0.031	0.360
	<u>Macera</u>	60,33±25,63		
	<u>Aksiyon</u>	28,88±22,71		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 38’de Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Aksiyon-macera (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır.

Revisit count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.016$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.029$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş. Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.031$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş. saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 39. Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıtı Drama (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=21)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	6,26±1,91	0.048	<0.001
	Macera	5,21±2,13		
	Aksiyon	2,72±1,84		
Revisit count	Drama	2,51±0,93	0.122	<0.001
	Macera	2,98±1,84		
	Aksiyon	1,20±1,60		
Fixation count	Drama	16,70±5,16	<0.001	<0.001
	Macera	9,48±5,17		
	Aksiyon	8,26±5,39		
Saccade count	Drama	63,57±26,02	<0.001	<0.001
	Macera	32,01±13,50		
	Aksiyon	24,27±13,87		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 39’da Tip-4 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıtı Drama (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.048$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları Macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları, Drama ve macera grupları ($p<0.001$), Drama aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları Drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 40. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon-Drama (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=16)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	<u>Drama</u>	5,68±2,12	0.342	0.003
	Macera	4,87±1,78		
	<u>Aksiyon</u>	3,00±1,75		
Revisit count	<u>Drama</u>	2,62±1,36	0.478	0.006
	Macera	2,25±1,23		
	<u>Aksiyon</u>	1,06±1,06		
Fixation count	<u>Drama</u>	13,75±8,45	0.278	0.685
	Macera	10,37±5,92		
	<u>Aksiyon</u>	9,56±4,70		
Saccade count	<u>Drama</u>	53,37±27,06	0.026	0.750
	Macera	33,31±22,01		
	<u>Aksiyon</u>	31,18±13,75		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 40'da Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon-drama (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.342$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.006$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.478$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Saccade count skorları drama ve macera grupları ($p=0.026$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları ($p=0.750$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 41. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt macera (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=14)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	4,25±2,19	0.004	0.001
	Macera	6,71±3,29		
	Aksiyon	2,28±1,63		
Revisit count	Drama	1,64±1,08	0.022	0.001
	Macera	2,71±1,89		
	Aksiyon	0,71±0,82		
Fixation count	Drama	10,28±9,75	0.066	0.001
	Macera	18,64±9,22		
	Aksiyon	5,85±4,88		
Saccade count	Drama	33,42±30,89	0.058	0.001
	Macera	70,71±42,05		
	Aksiyon	15,35±13,90		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 41’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt macera (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, drama ve macera grupları ($p=0.004$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, dram ve macera ($p=0.022$), macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 42. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon-Drama (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=9)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	5,89±2,11	0.110	0.001
	Macera	4,79±1,93		
	Aksiyon	3,37±1,34		
Revisit count	Drama	2,42±1,17	0.660	0.003
	Macera	2,26±1,52		
	Aksiyon	1,16±1,07		
Fixation count	Drama	14,95±9,00	0.033	0.643
	Macera	10,00±5,74		
	Aksiyon	9,16±4,41		
Saccade count	Drama	56,37±27,38	0.002	0.626
	Macera	32,53±17,43		
	Aksiyon	29,68±20,75		

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 42’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon-drama (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, macera ve aksiyon grupları (p=0.001) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.110) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, macera ve aksiyon grupları (p=0.003) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.660) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve macera grupları (p=0.033) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları (p=0.643) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Fixation Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları (p=0.002) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları (p=0.626) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 43. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Macera (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=21)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	3,82±3,82	0.059	<0.001
	Macera	6,82±3,31		
	Aksiyon	2,45±2,16		
Revisit count	Drama	1,18±0,87	0.061	0.004
	Macera	2,45±2,42		
	Aksiyon	1,00±1,55		
Fixation count	Drama	4,91±3,86	0.002	0.005
	Macera	22,09±11,55		
	Aksiyon	6,18±5,90		
Saccade count	Drama	20,73±16,9	0.001	0.001
	Macera	90,27±38,41		
	Aksiyon	17,45±17,45		

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 43’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt macera (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.059$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.004$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.061$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve macera grupları ($p=0.002$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.005$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları ($p=0.001$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 44. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Drama-aksiyon (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=16)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	<u>Drama</u>	4,81±1,97	0.043	0.002
	Macera	5,18±2,00		
	<u>Aksiyon</u>	3,25±1,69		
Revisit count	<u>Drama</u>	1,87±1,02	0.144	0.020
	Macera	2,25±1,39		
	<u>Aksiyon</u>	1,31±1,01		
Fixation count	<u>Drama</u>	15,31±7,15	0.453	0.452
	Macera	11,00±6,01		
	<u>Aksiyon</u>	13,00±8,58		
Saccade count	<u>Drama</u>	63,56±26,79	0.009	0.325
	Macera	40,25±18,33		
	<u>Aksiyon</u>	33,87±17,14		

Paried Simple t test, p1:Drama-aksiyon, p2:macera-aksiyon

Tablo 44’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Drama-aksiyon (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Drama ve aksiyon grupları (p=0.043), Macera ve aksiyon grupları (p=0.002) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Macera ve aksiyon grupları (p=0.020) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir (p>0.05).

Saccade count skorları drama ve aksiyon grupları (p=0.009) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 45. Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt macera (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=14)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	3,14±2,17	0.909	0.002
	<u>Macera</u>	6,35±2,70		
	Aksiyon	3,21±1,57		
Revisit count	Drama	1,00±1,17	0.583	0.013
	<u>Macera</u>	2,92±2,05		
	Aksiyon	1,21±1,25		
Fixation count	Drama	4,50±3,39	0.084	0.004
	<u>Macera</u>	18,57±9,32		
	Aksiyon	7,14±5,98		
Saccade count	Drama	21,07±16,32	0.436	0.006
	<u>Macera</u>	74,71±44,12		
	Aksiyon	23,78±21,99		

Paried Simple t test, p1:Drama-aksiyon, p2:macera-aksiyon

Tablo 45’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt macera (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Macera ve aksiyon grupları (p=0.002) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları Macera ve aksiyon grupları (p=0.013) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları Macera ve aksiyon grupları (p=0.004) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları Macera ve aksiyon grupları (p=0.006) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 46. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Macera-Drama (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Örtse	p1	p2
Dwell Count	<u>Drama</u>	6,26±2,21	0.063	0.007
	<u>Macera</u>	5,06±2,12		
	Aksiyon	3,06±1,75		
Revisit count	<u>Drama</u>	2,61±1,12	0.985	0.003
	<u>Macera</u>	2,60±1,40		
	Aksiyon	1,13±1,06		
Fixation count	<u>Drama</u>	16,86±9,68	0.071	0.584
	<u>Macera</u>	11,00±7,00		
	Aksiyon	9,60±5,79		
Saccade count	<u>Drama</u>	54,86±22,00	0.008	0.943
	<u>Macera</u>	31,66±19,66		
	Aksiyon	31,20±20,87		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 46’da Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Macera-drama (0) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, macera ve aksiyon grupları (p=0.007) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.063) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, macera ve aksiyon grupları (p=0.003) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları (p=0.985) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Saccade count skorları drama ve macera grupları (p=0.008) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak macera ve aksiyon grupları (p=0.943) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur

Tablo 47. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=15)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	4,13±2,77	0.033	0.869
	Macera	5,20±1,52		
	Aksiyon	5,26±1,70		
Revisit count	Drama	1,33±1,34	0.017	0.403
	Macera	2,20±1,20		
	Aksiyon	1,86±1,30		
Fixation count	Drama	6,33±4,71	0.051	0.057
	Macera	10,53±6,44		
	Aksiyon	17,73±8,91		
Saccade count	Drama	27,20±15,75	0.301	0.020
	Macera	34,80±22,25		
	Aksiyon	62,93±32,79		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 47’de Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-1 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-1 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, drama ve macera grupları ($p=0.033$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, dram ve macera ($p=0.017$) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Fixation Count skorları aksiyon grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.020$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir, Saccade Count skorları aksiyon grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 48. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Drama- Macera (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=17)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	<u>Drama</u>	5,82±2,50	0.114	0.001
	<u>Macera</u>	5,05±2,00		
	Aksiyon	3,23±2,06		
Revisit count	<u>Drama</u>	2,23±1,93	0.889	< 0.001
	<u>Macera</u>	2,17±0,86		
	Aksiyon	0,94±0,78		
Fixation count	<u>Drama</u>	16,29±6,28	0.069	< 0.001
	<u>Macera</u>	10,58±5,74		
	Aksiyon	8,00±6,10		
Saccade count	<u>Drama</u>	59,35±18,18	0.013	0.001
	<u>Macera</u>	36,05±19,80		
	Aksiyon	26,52±23,91		

Paried Simple t test, p1:Drama-macera, p2:drama-aksiyon

Tablo 48’de Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Drama-macera (0) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır.

Dwell count skorları drama ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları, Drama ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları, Drama ve macera grupları ($p=0.013$), Drama ve aksiyon grupları ($p=0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 49. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=13)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	3,79±3,82	0.053	<0.001
	Macera	6,80±3,31		
	<u>Aksiyon</u>	2,35±2,16		
Revisit count	Drama	1,20±0,87	0.058	0.002
	Macera	2,41±2,42		
	<u>Aksiyon</u>	1,05±1,55		
Fixation count	Drama	4,90±3,86	0.001	0.003
	Macera	22,87±11,55		
	<u>Aksiyon</u>	6,65±5,90		
Saccade count	Drama	20,23±16,9	<0.001	<0.001
	Macera	90,18±38,41		
	<u>Aksiyon</u>	17,45±17,45		

Paired Simple t test, p1:Drama-macera, p2:macera-aksiyon

Tablo 49’de Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-2 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-2 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.053$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, macera ve aksiyon grupları ($p=0.004$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve macera grupları ($p=0.058$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları drama ve macera grupları ($p=0.001$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları drama ve macera grupları ($p<0.001$), Macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur

Tablo 50. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıta Drama-macera (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=13)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	<u>Drama</u>	4,46±1,90	0.013	<0.001
	<u>Macera</u>	5,15±2,15		
	Aksiyon	2,38±1,56		
Revisit count	<u>Drama</u>	1,38±0,96	0.046	<0.001
	<u>Macera</u>	2,31±1,32		
	Aksiyon	0,46±0,88		
Fixation count	<u>Drama</u>	14,46±14,10	0.244	0.119
	<u>Macera</u>	11,15±4,38		
	Aksiyon	8,62±6,01		
Saccade count	<u>Drama</u>	52,46±37,99	0.059	0.015
	<u>Macera</u>	41,77±24,20		
	Aksiyon	24,77±19,41		

Paired Simple t test, p1:Drama-aksiyon, p2:macera-aksiyon

Tablo 50’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıta Drama-macera (0) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, Drama ve aksiyon grupları ($p=0.013$), Macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dwell Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Revisit count skorları, Drama ve aksiyon grupları ($p=0.046$), Macera ve aksiyon grupları ($p<0.001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Revisit Count skorları macera grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Fixation count skorları gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Saccade count skorları macera ve aksiyon grupları ($p=0.015$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiş ancak Drama ve aksiyon grupları ($p=0.059$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir, Saccade Count skorları drama grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 51. Tip-8 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt Aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından Karşılaştırılması (N=17)

Değişkenler	Grup	Ort±SS	p1	p2
Dwell Count	Drama	3,41±2,50	0.241	0.127
	Macera	5,06±2,73		
	Aksiyon	4,18±1,88		
Revisit count	Drama	1,65±1,84	0.681	0.198
	Macera	2,00±1,80		
	Aksiyon	1,47±1,28		
Fixation count	Drama	9,18±6,79	0.025	0.038
	Macera	9,59±6,30		
	Aksiyon	16,94±9,48		
Saccade count	Drama	35,94±16,92	0.038	0.011
	Macera	33,12±15,54		
	Aksiyon	61,00±33,21		

Paired Simple t test, p1:Drama-aksiyon, p2:macera-aksiyon

Tablo 51’de Tip-7 Kişilik Tipi Katılımcılarda Görsel-3 Sesli Yanıt aksiyon (1) Diyenlerde Görsel-3 Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından karşılaştırılmıştır. Dwell count skorları, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Revisit count skorları da gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>0.05$).

Fixation count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.025$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.038$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fixation count skorları Aksiyon grubunda daha yüksek bulunmuştur.

Saccade count skorları Drama ve aksiyon grupları ($p=0.038$), Macera ve aksiyon grupları ($p=0.011$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Saccade count skorları Aksiyon grubunda daha yüksek bulunmuştur.

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Aşağıdaki tablo 52 – 63 dahil tablolarda Kırmızı renk ile yazılan metinler çalışma hipotezlerine ters olduğunu ifade etmektedir. Siyah yazılı olan metinler ise hipotezleri doğrulamaktadır.

6.1.Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi

Tablo 52. Tip-4 Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=30)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
Görsel-2	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
Görsel-3	+ Drama	+ Macera	+ Drama	+ Drama

Tablo 52’de Tip-4 kişilik yapısına sahip katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count ise macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 53. Tip-4 Kadın Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Drama	+ Drama	Anlamlılık yok	+ Drama
Görsel-2	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
Görsel-3	+ Drama	+ Macera	+ Drama	+ Drama

Tablo 53’te Tip-4 kişilik yapısına sahip kadın katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count, revisit count ve saccade count drama

kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-2’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count ise macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 54. Tip-4 Erkek Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
Görsel-2	+ Drama	+ Macera	+ Drama	+ Drama
Görsel-3	+ Drama	+ Macera	+ Drama	+ Drama

Tablo 54’te Tip-4 kişilik yapısına sahip erkek katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de dwell count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count ise macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count ise macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 55. Tip-7 Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=30)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera
Görsel-2	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera
Görsel-3	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	+ Macera

Tablo 55’de Tip-7 kişilik yapısına sahip katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count

macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count, revisit count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır.

Tablo 56. Tip-7 Kadın Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Macera	+ Macera	+ Drama	+ Drama
Görsel-2	+ Drama	+ Macera	+ Drama	+ Drama
Görsel-3	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	+ Drama

Tablo 56’da Tip-7 kişilik yapısına sahip kadın katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de dwell count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 57. Tip-7 Erkek Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Macera	+ Drama	+ Macera	+ Macera
Görsel-2	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera
Görsel-3	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera

Tablo 57’de Tip-7 kişilik yapısına sahip erkek katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count, fixation count ve saccade count macera

kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 58. Tip-8 Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=30)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Drama	+ Macera	Anlamlılık yok	+ Drama
Görsel-2	+ Drama	+ Macera	Anlamlılık yok	+ Drama
Görsel-3	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok

Tablo 58’de Tip-8 kişilik yapısına sahip katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-2’de dwell count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-3’de dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır.

Tablo 59. Tip-8 Kadın Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok
Görsel-2	+ Drama	+ Drama	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok
Görsel-3	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok

Tablo 59’da Tip-8 kişilik yapısına sahip kadın katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-2’de dwell count ve revisit count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-3’de dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır.

Tablo 60. Tip-8 Erkek Katılımcıların Göz İzlem Parametreleri (N=15)

	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	+ Drama	+ Macera	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok
Görsel-2	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok	+ Drama
Görsel-3	+ Macera	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok

Tablo 60’da Tip-8 kişilik yapısına sahip erkek katılımcıların göz izlem sonuçları görülmektedir. Görsel-1’de dwell count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-2’de dwell count, revisit count ve fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de dwell count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count, fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır.

6.2.Katılımcıların Göz İzlem Parametrelerinin Gruplar Açısından İncelenmesi ve Katılımcıların Sesli Yanıtları İle Karşılaştırılması

Tablo 61. Tip-4 Katılımcıların Sesli Yanıtlarının Göz İzlem Parametreleri

	Kişi Sayıları	Sesli yanıtlar	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	N=8	Aksiyon-Macera (0)	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok
	N=22	Drama (1)	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
Görsel-2	N=9	Aksiyon-Macera (0)	Anlamlılık yok	+ Drama	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok
	N=21	Drama (1)	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
Görsel-3	N=9	Aksiyon-Macera (0)	Anlamlılık yok	+ Macera	+ Macera	+ Macera
	N=21	Drama (1)	+ Drama	+ Macera	+ Drama	+ Drama

Tablo 61’de Tip-4 kişilik yapısına sahip katılımcıların göz izlem sonuçları ile sesli yanıtların karşılaştırılmaları görülmektedir.

Görsel-1’de sesli yanıtta aksiyon veya macera kategorilerinden içerik seçen 8 kişidir. Dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-1’de sesli yanıtta drama kategorisinden içerik seçen 22 kişidir. Dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Görsel-2’de sesli yanıtta aksiyon veya macera kategorilerinden içerik seçen 9 kişidir. Dwell count, fixation count ve saccade count da anlamlılık bulunamamıştır. Revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de sesli yanıtta drama kategorisinden içerik seçen 21 kişidir. Dwell count, revisit count, fixations count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Görsel-3’de sesli yanıtta aksiyon veya macera kategorilerinden içerik seçen 9 kişidir. Dwell count da anlamlılık bulunamamıştır. Revisit count, fixations count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de sesli yanıtta drama kategorisinden içerik seçen 21 kişidir. Dwell count, fixations count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 62. Tip-7 Katılımcıların Sesli Yanıtlarının Göz İzlem Parametreleri

	Kişi Sayıları	Sesli yanıtlar	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	N=16	Aksiyon-Drama (0)	+ Drama	+ Drama	Anlamlılık yok	+ Drama
	N=14	Macera (1)	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera
Görsel-2	N=9	Aksiyon-Drama (0)	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
	N=21	Macera (1)	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera
Görsel-3	N=16	Aksiyon-Drama (0)	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	+ Drama
	N=14	Macera (1)	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera

Tablo 62’de Tip-7 kişilik yapısına sahip katılımcıların göz izlem sonuçları ile sesli yanıtların karşılaştırılmaları görülmektedir.

Görsel-1’de sesli yanıtta aksiyon veya drama kategorilerinden içerik seçen 16 kişidir. Dwell count, revisit count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-1’de sesli yanıtta macera kategorisinden içerik seçen 14 kişidir. Dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Görsel-2’de sesli yanıtta aksiyon veya drama kategorilerinden içerik seçen 9 kişidir. Dwell count, revisit count, fixations count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de sesli yanıtta macera kategorisinden içerik seçen 21 kişidir. Dwell count, revisit count, fixations count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Görsel-3’de sesli yanıtta aksiyon veya drama kategorilerinden içerik seçen 16 kişidir. Dwell count ve revisit count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixations count da anlamlılık bulunamamıştır. Saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de sesli yanıtta macera kategorisinden içerik seçen 14 kişidir. Dwell count, revisit count, fixations count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Tablo 63. Tip-8 Katılımcıların Sesli Yanıtlarının Göz İzlem Parametreleri

	Kişi Sayıları	Sesli yanıtlar	Dwell Count	Revisit Count	Fixation Count	Saccade Count
Görsel-1	N=15	Macera-Drama (0)	+ Drama	+ Drama	Anlamlılık yok	+ Drama
	N=15	Aksiyon (1)	+ Macera	+ Macera	+ Aksiyon	+ Aksiyon
Görsel-2	N=17	Macera-Drama (0)	+ Drama	+ Drama	+ Drama	+ Drama
	N=13	Aksiyon (1)	+ Macera	+ Macera	+ Macera	+ Macera
Görsel-3	N=13	Macera-Drama (0)	+ Macera	+ Macera	Anlamlılık yok	+ Drama
	N=17	Aksiyon (1)	Anlamlılık yok	Anlamlılık yok	+ Aksiyon	+ Aksiyon

Tablo 63’de Tip-8 kişilik yapısına sahip katılımcıların göz izlem sonuçları ile sesli yanıtların karşılaştırılmaları görülmektedir.

Görsel-1’de sesli yanıtta macera veya drama kategorilerinden içerik seçen 15 kişidir. Dwell count, revisit count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Görsel-1’de sesli yanıtta aksiyon kategorisinden içerik seçen 15 kişidir. Dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixations count ve saccade count aksiyon kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Görsel-2’de sesli yanıtta macera veya drama kategorilerinden içerik seçen 17 kişidir. Dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-2’de sesli yanıtta aksiyon kategorisinden içerik seçen 13 kişidir. Dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır.

Görsel-3’de sesli yanıtta macera veya drama kategorilerinden içerik seçen 13 kişidir. Dwell count ve revisit count macera kategorisinde yüksek çıkmıştır. Fixation count da anlamlılık bulunamamıştır. Saccade count drama kategorisinde yüksek çıkmıştır. Görsel-3’de sesli yanıtta aksiyon kategorisinden içerik seçen 17 kişidir. Dwell count ve revisit count da anlamlılık bulunamamıştır. Fixation count ve saccade count aksiyon kategorisinde yüksek çıkmıştır.

6.3. Hipotezlerin Genel Değerlendirmesi ve Tartışma

Bu araştırmada enneagram kişilik modeline göre tip-4, tip-7 ve tip-8 katılımcıların (toplam 90 kişi) içerik yönelimleri incelenmiştir. 6.1. ve 6.2. başlıkları altında bulguların en sade ve özet halleri açıklamaları ile birlikte yer almaktadır. Bu bilgiler ışığında çalışmanın hipotezleri ve durumları tablo 64’de görülmektedir.

Tablo 64. Hipotez Durumları

Çalışmanın Hipotezleri		Durum Bilgileri	
Ana Hipotez:	Kişilerin, kişilik yapılarındaki farklılıklar içerik seçiminde de farklılığa neden olur ve bu durum nöropazarlama yöntemi ile ölçümlenebilir.	Doğrulanmıştır.	✓
Alt H1:	Tip-4 kişilik yapısına sahip bireylerin drama kategorisinden içerik seçmesi beklenmektedir.	Doğrulanmıştır.	✓
Alt H2:	Tip yedi kişilik yapısına sahip bireylerin macera kategorisinden içerik seçmesi beklenmektedir.	Doğrulanmıştır.	✓
Alt H3:	Tip sekiz kişilik yapısına sahip bireylerin aksiyon kategorisinden içerik seçmesi beklenmektedir.	Doğrulanmamıştır.	✗

Ana hipotez için;

Katılımcıların kişilik yapıları güvenilirlik ve geçerlilik çalışmasına sahip Characterix envanteri ile enneagram temelli olarak belirlenmiştir. Tip-4, tip-7 ve tip-8 katılımcıların içerik seçimleri ve yönelimleri ise göz takip cihazı (eye tracking) ile ölçümlenmiştir. Bu durumda ana hipotez doğrulanmıştır. Pfiffelmann ve arkadaşlarının (2020) LinkedIn platformunda işe alım reklamları üzerinden 72 kişi ile gerçekleştirdiği çalışmada ise bireylere kişiselleştirilmiş reklamlar vermenin dwell count ve fixation countta artışa neden olduğu sonucu mevcut çalışma ile tutarlılık göstermektedir. Mevcut çalışmada da enneagram kişilik yapılarına (çalışma kapsamındaki tip-4, tip-7 ve tip-8) göre doğrulanmış hipotezler (ana hipotez, alt H1, alt H2) çerçevesinde kişiselleştirilmiş içerik kategorilerinde dwell count, revisit count, fixation count ve saccade count da pozitif yönde anlamlılık bulunmuştur.

Kamineneni ve Kale'nin (2001) çalışmasında kişilik yapılarına göre ürün ve hizmet geliştirilmesi sonucu mevcut çalışmanın ana hipotezi ile tutarlılık göstermektedir. Longino'nun (2009) araştırmasında satış performansının kişilerin bireysel farklılıklarına bağlı olarak değişikliklik gösterdiği sonucu mevcut çalışma ile kişisel farklılıkların tercih ve yönelimlerdeki farklılığa neden olduğu konusunda tutarlılık göstermektedir. Enneagram kişilik modelinin satış, pazarlama araştırmaları için gerekli olması, Gale ve Wamplei'nin (2006) çalışmasında olduğu gibi mevcut çalışmada da ortaya konmuştur.

Linerez ve arkadaşlarına (2019) göre enneagram kişilik modelinin teorik kurallarının fizyolojik veriler ile kanıtlandığı öne sürülmüştür. Mevcut çalışmada da belirli kişilik tipleri ile yapılan göz takibi ve tercih sonuçları bu çalışma ile tutarlıdır.

Alt H1 için;

Tip-4 kişilik yapısına sahip 15 kadın ve 15 erkek olmak üzere toplam 30 katılımcının drama kategorisini daha çok incelemeleri ve içerik seçmeleri beklenmekteydi. Görsel-1 için göz takibi parametrelerine göre kadın katılımcılarda anlamlılık bulunamayan fixation count (odaklanma sayısı) hariç tüm parametreler drama kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Sesli yanıtlarda ise drama kategorisini seçen 22 kişi'nin tamamı için göz takip parametreleri drama kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur.

Görsel-2 için göz takibi parametrelerine göre erkek katılımcılarda macera kategorisinde yüksek çıkan revisit count (tekrar bakma sayısı) hariç tüm parametreler drama kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Sesli yanıtlarda ise drama kategorisini seçen 21 kişi'nin tamamı için göz takip parametreleri drama kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur.

Görsel-3 için göz takibi parametrelerine göre kadın katılımcılarda anlamlılık bulunamayan fixation count (odaklanma sayısı) hariç tüm parametreler drama kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Sesli yanıtlarda ise drama kategorisini seçen 21 kişi'nin tamamı için göz takip parametreleri macera kategorisinde yüksek çıkan revisit count (tekrar bakma sayısı) hariç drama kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Bu durumlar göz önüne alındığında alt hipotez H1 doğrulanmıştır.

Kamineneni ve Kale'nin (2001) çalışmasında belirttiği üzere kişilik yapıları aynı olan bireylerin tercih ve yönelimleri de benzer şekilde gerçekleşmektedir. Alt H1'de de görüldüğü üzere kişilik yapısı tip-4 olan katılımcıların çoğunluğu aynı kategoriden (Drama) film tercihinde bulunmuştur.

Acarkan'a (2020) göre tip-4 ler anlam arayışı yüksek ve duygusal kişilerdir. Satın alma davranışlarında da Önder'e (2008) göre tip-4 ler bu yönde hareket etme eğilimindedir. Mevcut çalışmada da tip-4 kişilik yapısına sahip bireylerin Drama kategorisinden içerik seçmeleri Acarkan (2020) ve Önder'in (2008) çalışmaları ile tutarlılık göstermektedir.

Seiler ve arkadaşlarının (2012) internet üzerinden ev inceleyen katılımcıların göz parametreleri ile ilgili çalışması sonucunda dwell time, fixation count, saccade count da pozitif yönde anlamlı farklılıklar görülmesi mevcut çalışmada tip-4 ve tip-7 katılımcıların fixation count ve saccade count da pozitif yönde anlamlı farklılıklar göstermesi ile tutarlıdır.

Alt H2 için:

Tip-7 kişilik yapısına sahip 15 kadın ve 15 erkek olmak üzere toplam 30 katılımcının macera kategorisini daha çok incelemeleri ve içerik seçmeleri beklenmekteydi. Görsel-1 için göz takibi parametrelerine göre kadın katılımcılarda drama kategorisinde yüksek çıkan fixation count (odaklanma sayısı) ve saccade count (sıçrama sayısı), erkek katılımcılarda drama kategorisinde yüksek çıkan revisit count (tekrar bakma sayısı) hariç tüm parametreler macera kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Sesli yanıtlarda ise macera kategorisini seçen 14 kişi'nin tamamı için göz takip parametreleri macera kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur.

Görsel-2 için göz takibi parametrelerine göre kadın katılımcılarda drama kategorisinde yüksek çıkan dwell count (seçili alana bakma sayısı), fixation count (odaklanma sayısı) ve saccade count (sıçrama sayısı) hariç tüm parametreler macera kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Sesli yanıtlarda ise macera kategorisini seçen 21 kişi'nin tamamı için göz takip parametreleri macera kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur.

Görsel-3 için göz takibi parametrelerine göre kadın katılımcılarda anlamlılık bulunamayan fixation count (odaklanma sayısı) ve drama kategorisinde yüksek çıkan saccade count (sıçrama sayısı) hariç tüm parametreler macera kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Sesli yanıtlarda ise macera kategorisini seçen 14 kişi'nin tamamı için göz takip parametreleri macera kategorisinde yüksektir ve anlamlılık bulunmuştur. Bu durumlar göz önüne alındığında alt hipotez H2 doğrulanmıştır.

Kamineneni ve Kale'nin (2001) çalışmasında belirttiği üzere kişilik yapıları aynı olan bireylerin tercih ve yönelimleri de benzer şekilde gerçekleşmektedir. Alt H2'de de görüldüğü üzere kişilik yapısı tip-7 olan katılımcıların çoğunluğu aynı kategoriden (Aksiyon) film tercihinde bulunmuştur.

Acarkan'a (2020) göre tip-7 ler anlam maceracı, yenilik ve değişiklik arayan kişilerdir. Satın alma davranışlarında da Önder'e (2008) göre tip-7 ler bu yönde hareket etme eğilimindedir. Mevcut çalışmada da tip-7 kişilik yapısına sahip bireylerin Macera kategorisinden içerik seçmeleri Acarkan (2020) ve Önder'in (2008) çalışmaları ile tutarlılık göstermektedir.

Alt H3 için:

Tip-8 kişilik yapısına sahip 15 kadın ve 15 erkek olmak üzere toplam 30 katılımcının aksiyon kategorisini daha çok incelemeleri ve içerik seçmeleri beklenmekteydi. Görsel-1, görsel-2 ve görsel-3 için göz takibi parametrelerine bakıldığında aksiyon kategorisinde hiçbir parametrenin yüksek çıkmadığı görülmektedir. Sesli yanıtlarda ise aksiyon kategorisini seçen görsel-1 için 15 kişi, görsel-2 için 13, görsel-3 için 17 kişinin çoğunlukla macera kategorisine yöneldiği ve sadece görsel-1 ve görsel-2 için fixation count ve saccade count da aksiyon kategorisinin yüksek çıktığı görülmektedir. Bu durumlar göz önüne alındığında alt hipotez H3 doğrulanmamıştır.

Mevcut çalışmada, erkek tip-8 katılımcılarda (şekil-28, şekil-31) ısı haritalarında (heat map) görüldüğü üzere görsel uyaran olmayan alanlarda küçük odaklanmalara rastlanmıştır. Bu durum Orquin ve Holmqvist'in (2018) değindiği rastgele bir alana bakma veya dalgın bakma hali sebebiyle gerçekleşmiş olabilir.

Sonuç olarak literatürdeki çalışmalar incelendiğinde enneagram, nöropazarlama ve göz takibi birlikte dizayn edilen bir çalışmaya rastlanmaması mevcut çalışmanın ortaya

ıkmasında büyük bir etkindir. Enneagramın nöropazarlama alanında önemli bir yere sahip olduğu öncül çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da ortaya konmuştur. Göz takip cihazı, nöropazarlama araştırmalarında, kullanım ve veri toplama açısından daha kolay olduğu ve maliyeti düşük olduğu için en fazla kullanılan ölçüm cihazıdır. (Gedik & Kesek, 2017) Göz takip cihazlarının gün getikce maliyetinin düşmesi kullanımı yaygınlaştırmıştır. (Orquin & Holmqvist, 2018) Mevcut çalışmada da katılımcı sayılarının fazla olması ve çalışma kapsamında incelenen enneagram kişilik tiplerine ulaşmanın zor olması ve göz takip cihazının sonuçlarının doğruluk ve tutarlılık oranının yüksek olması sebebi ile araştırma cihazı göz takip cihazı olarak seçilmiştir.

Çalışmanın bulguları ve Kolmogorov-Smirnov değerleri $p>0.05$ olarak belirlenmesi göz önüne alındığında ana hipotez, alt H1 ve alt H2 doğrulanmıştır, alt H3 doğrulanmamıştır. Bu durumda mevcut çalışmaya göre enneagram kişilik yapılarından tip-4 katılımcıların alt H1 de ileri sürüldüğü üzere drama kategorisinden sesli beyan ile içerik seçme sayılarının yüksek olduğu ve göz parametrelerinin de drama kategorisinde yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde mevcut çalışmada enneagram kişilik yapılarından tip-7 katılımcıların alt H2 de ileri sürüldüğü üzere macera kategorisinden sesli beyan ile içerik seçme sayılarının yüksek olduğu ve göz parametrelerinin de macera kategorisinde yüksek olduğu görülmektedir. Ancak alt H3 de ileri sürülen durumun doğrulanmadığı görülmüştür. Enneagram kişilik yapılarından tip-8 katılımcıların aksiyon kategorisinden sesli beyan ile içerik seçme sayıları %50'nin üzerinde olsa da göz parametrelerine göre neredeyse bütün sonuçlar anlamlılık oluşmadığı ve macerada anlamlılık oluştuğu yönündedir. Tip-8 ve tip-7 katılımcıları için hazırlanan içeriklerin kategori olarak birbirine yakın olması tip-8 katılımcılarının büyük bir kısmının deney sırasında macera kategorise yönelmesine neden olmuştur. Yeni yapılacak çalışmaların bu ve benzeri ayrımları daha kesin belirlemeleri gerekmektedir. Bu ıktılar ışığında kişisel farklılıkların önemli olduğu ve belirli kişilik gruplarına belirli içeriklerin daha uygun olduğu bilgisine ulaşmak mümkündür.

6.4.Çalışmanın Güçlü Yanları

Çalışmaya d hil olan katılımcı sayısı (90 kişi) nöropazarlama alanında yapılan birçok çalışmadan daha çoktur.

Literatürde enneagram temelli içerik seçimi ve yönelimi özelinde bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma, enneagram kişilik modeli temellinde belirlenmiş katılımcıların içerik seçimine yöneliktir. Benzer bir çalışma olmaması ve ilk olması açısından önemlidir. Bu sebeple sadece enneagram ve içerik seçimi alanında değil satış ve pazarlamanın bütün alanlarında gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır.

6.5.Çalışmanın Sınırlılıkları

Characterix kişilik envanterinin her ne kadar güvenilirlik ve geçerlilik çalışması (Yılmaz, Yıldırım, & Yücedağ, 2018) yapılmış olsa da bir uzman görüşü kadar net bir şekilde kişilik yapısının belirlenmesi söz konusu değildir. Çünkü envanteri çözen kişi kendi halinde çözdüğü için yanıltıcı cevaplar verebilir. Bu gibi durumlarda da kişilik yapısı yanlış belirlenmiş olur.

Çalışmanın deney aşamasında katılımcılara gösterilen Netflix arayüzünde hazırlanmış görsellerde tip-7 ve tip-8 kişilik yapıları için olası yönelim gösterebilecekleri aksiyon ve macera kategorileri arasında ayırım yeterli seviyede değildir.

Çalışma kapsamında enneagram kişilik modeline göre katılımcıların sadece ana kişilik yapıları ele alınmış ve incelenmiştir. Yan (Kanat) kişilik yapısı, rahat hattı, stres hattı, yüzdesel olarak kişilik yapısının farklılık göstermesi, alt kişilik yapıları (kendini koruma, sosyal ilişki, yakın ilişki) gibi parametreler katılımcıların belirlenmesinde dikkate alınmamıştır. Yalnızca istenen ana kişilik yapıları dikkate alınmıştır.

6.6. Öneriler

Kişilik yapılarının belirlenmesinde güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yapılmış bir envanterin yanında uzman görüşü de alınması çalışmayı en azından katılımcılar açısından daha güvenli hale getirebilir.

Çalışmada dikkate alınmayan yan (Kanat) kişilik yapısı, rahat hattı, stres hattı, yüzdesel olarak kişilik yapısının farklılık göstermesi, alt kişilik yapıları (kendini koruma, sosyal ilişki, yakın ilişki) gibi parametreler de ele alınarak çok daha kapsamlı ve kompleks bir çalışma gerçekleştirilebilir.

Çalışmada ele alınmamış olan tip-1, tip-2, tip-3, tip-5, tip-6 ve tip-9 katılımcıların da dahil edildiği daha kapsamlı ve kompleks bir çalışma gerçekleştirilebilir.

Çalışmada katılımcılara gösterilen uyaran görseller yerine farklı platformlardan görseller ya da tamamen farklı uyaranlar verilerek yeni bir çalışma gerçekleştirilebilir.

Çalışmada içerik seçimi ve kişilik yapıları aralarındaki farklara bakıldığı, bir başka ifade ile davranışsal bir süreç incelendiği için yaş grubu 18-35 olarak belirlenmiştir. Mevcut çalışmada kolayda örneklem uygulandığı için ulaşılabilen katılımcıların yaşları olabildiğince yakın tutulmaya çalışılmıştır. Ancak gelecek çalışmalarda 25-30 yaş, 27-32 yaş gibi 5 yaş aralığı tutularak gerçekleştirilmesi davranışsal bir süreç incelendiği için daha makul olacaktır.



KAYNAKÇA

- Acarkan, İ. (2019). Kişiliğin DNA'sı Enneagram & Dokuz Mizaç Modeline Göre Kendimizi Tanımak Başkalarını Anlamak (5 b.). İstanbul: Kurtuba Kitap.
- Acarkan, İ. (2020). Enneagram İle Kandini Keşfet 9 Tip Kişilik Modeli (3. b.). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Acarkan, İ., Serttürk, S., & Kutluca, A. (2018). İlişkilerin 9 Rengi. İstanbul: Kurtuba Kitap.
- Andrychowicz-Trojanowska, A. (2018). Basic terminology of eye-tracking research. *Applied Linguistics Papers*, 123 - 132.
- Attila, G., Zoltan, K., & Laszlo, S. (2017). Influence of mood on gazing behavior: Preliminary evidences from an eye-tracking study. *Elsevier / Food Quality and Preference*, 1 - 5. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.05.004
- Aziz, A. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel.
- Bodnarczuk, M. (2009). The Breckenridge Enneagram: A Guide to Personal and Professional Growth. Colorado: Breckenridge Press.
- Bozoklu, Ç. P., & Alkibay, S. (2017). Nöropazarlama Reklam Tasarımı ve Etik. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Burger, J. M. (2006). Kişilik. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (1999). İnsan ve Davranışı (9 b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Demirel Yılmaz, E., Ünal, Ö., Gençer, A. G., & Aydemir, Ö. (2014). From Enneagram to Nine Types Temperament Model: A Proposal. *Education and Science*, 39(173), 393-415.
- Erdemir, K. O. (2015). Nöropazarlama Araştırmalarını Anlama Kılavuzu. Brandmap.
- Erdemir, K. O., & Yavuz, Ö. (2016). "Nöro Pazarlama"ya Giriş. İstanbul: BrandMap.
- Fordham, F. (1983). Jung Psikolojisinin Ana Hatları. (A. Yalçiner, Çev.) İstanbul: Say.
- Gale, T. & Wampler Mary A. (2016). *Wake Up and Sell*. Trafford Publishing.
- Gedik, D. H., & Kesek, H. (2017). Nöropazarlama Pazarlamada Yeni Bir Yaklaşım. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gençtanırım Kurt, D., & Çetinkaya Yıldız, E. (2020). Kişilik Kuramları (Genişletilmiş 5 b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Girişken, Y. (2018). Gerçeği Algıla. İstanbul: Beta Yayınları.

- Hock, R. R. (2017). Psikolojiyi Değiştiren Kırk Çalışma: Psikoloji Araştırmaları Tarihinde Yolculuk. İstanbul: Kitabevi Yayıncılık.
- Jung, C. G. (2020). Psikolojide Tipler (3. b.). (N. Nirven, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Kamineni, R., & Kale, S. (2001). Using the enneagram for market segmentation. ANZMAC.
- Keysan, Ş. (2018). Kişisel Özelliklerin Karar Verme Sürecine Etkileri: Denizli'de Finans Sektörü Çalışanları Üzerinde Uygulama, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurt, A. (2019). Kişisel Satış Sürecinde Bireysel Farklılıklar Enneagram Tipolojisi Üzerine Bir Araştırma, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: T.C. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Linarex-Placencia, G., Espinoza-Castelo, L. M., & Pimentel-Félix, A. F. (2019). Neurociencia y eneagrama: Reconfigurando los equipos de trabajo. *Revista de Pedagogía Crítica*, 6-16.
- Longino, E. (2009). *Sales management control, territory design, sales force performance, and sales organizational effectiveness in the pharmaceutical industry*. Universal Publishers.
- Magnavita, J. (2016). Kişilik Kuramları Kişilik Bilimine Çağdaş Yaklaşımlar. (T. Özakkaş, Dü., S. Türközü, M. Benveniste, & M. Arık, Çev.) Kocaeli: Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları.
- Mlodinow, L. (2019). *Subliminal: Bilinçdışınız Davranışlarınızı Nasıl Yönetir?* İstanbul: Okyanus.
- Orquin, J. L., & Holmqvist, K. (2018). Threats to the validity of eye-movement research in psychology. *Behavior research methods*, 50(4), 1645-1656.
- Önder H. (2008) Kişilik Tipine Göre Satış: Enneagram III. *Santigrat*, 3, 28-31
- Özyer Aksoy, Y. (2018). Tüketici Araştırmalarında Yeni Açılım: Sinirbilim ve Nöropazarlama Perspektifi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Pfiffelmann, J., Dens, N., & Soulez, S. (2020). Personalized advertisements with integration of names and photographs: An eye-tracking experiment. *Journal of Business Research*, 111, 196-207.
- Rhodes, S. (2009). *The Positive Enneagram: A New Approach to the Nine Personality Types*. Seattle: Geranium Press.
- Riso, D. R., & Hudson, R. (2020). Enneagram Bilgeliği. (S. Yüksel, Çev.) (Orijinal yayın tarihi, 1999), İstanbul: Lena Psikoloji Yayınları.

- Seber, M. (2015). Reklam Metinlerindeki Psikolojik Unsurların Freud ve Jung Açısından Analizi, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi.
- Seiler, M., Madhavan, P., & Liechty, M. (2012). Toward an understanding of real estate homebuyer internet search behavior: an application of ocular tracking technology. *Journal of Real Estate Research*, 34(2), 211-242.
- Wu, T. (2020). Dikkat Tacirleri (İnsan Zihnine Girmek İçin Verilen Amansız Mücadele) (3. b.). (B. Karal, Çev.) İstanbul: the Kitap.
- Yazgan İnanç, B., & Yerlikaya, E. E. (2020). Kişilik Kuramları (16 b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Yılmaz, O., Yıldırım, A., & Yücedağ, D. (2018). Assessment of Personality from a New Perspective: Characterix Personality Types Inventory. *International Journal of Scientific Research and Management*, 103-116.
- Yorgancılar, F. N. (2015). Tüketici Davranışı Nörolojisi: Nöroekonomi-EEG Yöntemi ile Nöromarketing Uygulaması. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Yücel, A., & Coşkun, P. (2018). Nöropazarlama Literatür İncelemesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 157-177.

5. Cinsiyetiniz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Kadın

☐ Erkek

☐ Diğer: _____

6. Medeni durumunuz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Evli

☐ Bekar

☐ Eşi vefat etmiş

☐ Boşanmış

7. Eğitim durumunuz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ ilkokul

☐ Ortaokul

☐ Lise

☐ Üniversite

☐ Yüksek Lisans

☐ Doktora

8. Gelir durumunuz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Düşük

☐ Orta

☐ Yüksek

9. Yaşam durumunuz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Yalnız yaşıyorum.
- ☐ Ebeveynlerimle yaşıyorum.
- ☐ Eş/partner ve/veya çocuk ile yaşıyorum.
- ☐ Ev arkadaşım ile yaşıyorum.
- ☐ Diğer: _____

10. Yaşadığınız ev *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Kendime ait
- ☐ Aileme ait
- ☐ Kira

11. Yaşadığınız il *

12. Netflix platformunu biliyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

13. Netflix platformunu kullanıyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Çok sık kullanıyorum.
- ☐ Kullanıyorum.
- ☐ Çok nadir kullanıyorum.
- ☐ Kullanmıyorum.

14. Eğer Netflix platformunu kullanıyorsanız genellikle hangi kategoriden içerikleri tercih ediyorsunuz?

Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- ☐ Anime
- ☐ Drama
- ☐ Bağımsız
- ☐ Gerilim
- ☐ Korku
- ☐ Çocuk ve Aile
- ☐ Romantik
- ☐ Bilim Kurgu ve Fantastik
- ☐ Komedi
- ☐ Müzik ve Müzikal
- ☐ Aksiyon
- ☐ Macera
- ☐ Belgesel
- ☐ Ödüllü içerikler

Diğer: ☐ _____

Bu içerik Google tarafından oluşturulmamış veya onaylanmamıştır.

Google Formlar

Ek.4.

BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ OLUR FORMU (BGOF)

ÇALIŞMANIN ADI: “Nöropazarlamada Enneagram Kişilik Modelinin Karar

Verme Sürecine Etkisi Üzerine Bir Göz Takibi Çalışması: Tip 4,7 ve 8 için Netflix Örneği

Aşağıda bilgileri yer almakta olan bir araştırma çalışmasına katılmanız istenmektedir. Çalışmaya katılıp katılmama kararı tamamen size aittir. Katılmak isteyip istemediğinize karar vermeden önce araştırmanın neden yapıldığını, bilgilerinizin nasıl kullanılacağını, çalışmanın neleri içerdiğini, olası yararları ve risklerini ya da rahatsızlık verebilecek yönlerini anlamanız önemlidir. Lütfen aşağıdaki bilgileri dikkatlice okumak için zaman ayırınız. Eğer çalışmaya katılma kararı verirsiniz, **Çalışmaya Katılma Onayı** Formu’nu imzalayınız. Çalışmadan herhangi bir zamanda ayrılmakta özgürsünüz. Çalışmaya katıldığınız için size herhangi bir ödeme yapılmayacak ya da sizden herhangi bir maddi katkı/malzeme katkısı istenmeyecektir.

ÇALIŞMANIN KONUSU VE AMACI:

Bu araştırma, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Nöropazarlama Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı kapsamında, Prof. Dr. Sinan Canan danışmanlığında ve Dr. Selami Varol Ülker eş danışmanlığında Oğuz Görkem Gürbüz tarafından yürütülmektedir.

Bu çalışma ile amaçlanan konu kişilik farklılıklarının insan davranışları ve eylemlerini ne ölçüde etkileyebileceğini ölçümlemektir. Dokuz ana kişilik tipi içerisinde seçili 4, 7 ve 8 mizaca sahip 30’ar kişi seçilerek davranışları incelenecektir. Çalışmadaki amaç seçili üç tipin Netflix platformundaki içerik seçme deneyimine ulaşılması ve içerik seçim sürecindeki tepkilerinin elde edilmesidir. Seçili kişilik tiplerindeki deneklerin içerik seçimleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı gözlemlenecektir. Bu çalışma ile çalışmada yer alan kişilik tiplerinin dışında kalan diğer altı kişilik tipi için ileride yapılması temenni edilen çalışmalara öncü olmak amaçlanmaktadır. Kişilik tipi farklılıklarının içerik seçme davranışını ne yönde etkilediğinin araştırılması planlanmaktadır. Yalnız Netflix değil, çeşitli birçok firma tüketicileri çekmek için çeşitli yollara başvurur. Bu konuda ise Enneagram kişilik modelinin kullanılması markalar için büyük bir avantaj yaratabilir. Literatürde ise bu konuya değinen çalışma bulunmadığı için çalışmanın alandaki önemi artmaktadır.

ÇALIŞMA İŞLEMLERİ: