

# YouTube™da Yer Alan Ortognatik Cerrahi Hakkındaki Videoların Değerlendirilmesi: Metodolojik Çalışma

## Evaluation of Videos on Orthognathic Surgery on YouTube™: Methodological Study

 Elif Esra ÖZMEN<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Diş Hekimliği Fakültesi, Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi ABD, Karaman, Türkiye

**ÖZET Amaç:** Ortognatik cerrahi, yüz deformitelerinin tedavisinin amaçlandığı bir tedavi yöntemidir. Artan estetik kaygılarla beraber hastalar bu cerrahlara daha çok talepte bulunmaktadır. Bu talep, hastaların bilgi ihtiyaçlarının ve meraklarını artırmaktadır. Hastalar merak ettikleri bilgilere internet üzerinden özellikle YouTube™ kanalı ile cevap aramaktadır. Bu çalışmanın amacı, ortognatik cerrahi operasyonları hakkında en çok izlenen YouTube™ videolarının, güvenilirliğini ve içeriğini değerlendirmektir. **Gereç ve Yöntemler:** Bu çalışmada, “çift çene operasyonu” terimi YouTube™da aranmıştır. Konuyla ilgili 60 içerik ve güvenilirlik açısından değerlendirilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen videoların görüntüleme sayısı, video süresi, yüklenmenin üzerinden geçen süre, beğenilme ve beğenilmeme sayısı, yorum sayısı, videoyu kimin yüklediği, etkileşim indeksi ve izlenme sayısı açısından kaydedilmiştir. Ayrıca ameliyatın tanımı, kaç yaşında uygulanabileceği, endikasyonları, kontrendikasyonları, komplikasyonları, tedavi prosedürü, avantaj ve maliyeti hususunda bilgi vermediği göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirilmelerin sonucunda zayıf, orta, iyi ve faydalı bilgi olarak sınıflandırılmıştır. Kolmogorov-Smirnov testi, Mann-Whitney U testi korelasyon analizleri yapılmıştır. **Bulgular:** Videoları yükleyen kişilerin, sağlık profesyonelleri ve ortognatik cerrahi geçirmiş hastalar olduğu görülmüştür. Videoların kalitelerine bakıldığında sağlık profesyonelleri tarafından hazırlanan videoların hastaların hazırladığı videoların kalitelerinden fazla olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Videolar yüklendikleri kaynak olarak gruplandırıldığında, sağlık mesleği mensupları tarafından yüklenen videoların, güvenilirlik puanlarının diğer gruba göre anlamlı derecede yüksek olmadığı anlaşılmaktadır. **Sonuç:** YouTube™, ortognatik cerrahi ile ilgili yanltıcı potansiyele sahip bir platform olabilir. Sağlıkla ilgili sorunlar, profesyonel destek olmadan çözülmeye çalışılmamalıdır.

**ABSTRACT Objective:** Orthognathic surgery is a treatment method aimed at the treatment of facial deformities. With increasing aesthetic concerns, patients are making more demands for these surgeries. This demand increases the information needs and curiosity of the patients. Patients seek answers to the information they are curious about on the internet, especially on the YouTube™ channel. The aim of this study is to evaluate the reliability and content of the most watched YouTube™ videos about orthognathic surgery operations. **Material and Methods:** In this study, the term “double jaw operation” was searched on YouTube™. 60 content related to the subject and evaluated in terms of reliability. The number of views of the videos included in the study, the duration of the video, the time elapsed since the upload, the number of likes and dislikes, the number of comments, who uploaded the video, the interaction index and the number of views were recorded. In addition, the definition of the operation, at what age it can be performed, indications, contraindications, complications, treatment procedure, advantage and cost were evaluated considering whether it gives information. As a result of these evaluations, it was classified as weak, moderate, good and useful information. Kolmogorov-Smirnov test, Mann-Whitney U test correlation analyzes were performed. **Results:** It was observed that the people who uploaded the videos were healthcare professionals and patients who had undergone orthognathic surgery. When the quality of the videos was examined, it was concluded that the videos prepared by health professionals were not of higher quality than the videos prepared by the patients. When the videos are grouped as the source they are uploaded, it is understood that the reliability scores of the videos uploaded by the healthcare professionals are not significantly higher than the other group. **Conclusion:** YouTube™ can be a potentially misleading platform for orthognathic surgery. Health-related problems should not be attempted to be resolved without professional support.

**Anahtar Kelimeler:** Çift çene operasyonları; ortognatik cerrahi; YouTube

**Keywords:** Double chin operations; orthognathic surgery; YouTube

**Correspondence:** Elif Esra ÖZMEN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Diş Hekimliği Fakültesi, Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi ABD, Karaman, Türkiye  
**E-mail:** elifesraozmen89@gmail.com



Peer review under responsibility of Türkiye Klinikleri Journal of Dental Sciences.

**Received:** 25 Jun 2022

**Received in revised form:** 05 Oct 2022

**Accepted:** 27 Oct 2022

**Available online:** 01 Nov 2022

2146-8966 / Copyright © 2023 by Türkiye Klinikleri. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Ortognatik cerrahi; ortodontik tedavi ile düzeltilmeyen çene ve yüz deformitelerinde tercih edilen oldukça etkili bir cerrahi yöntemdir. Bu deformiteler, doğumsal veya kazanılmış olabilir. Ayrıca büyüme ve gelişimini tamamlamış hastalarda da tercih edilir ve oldukça geniş bir ekip işidir.<sup>1</sup>

Yüz deformitelerine sahip bireylerde, bozuk okluzal ilişkilere bağlı olarak yemek yeme güçlüğü, konuşma güçlüğü gibi hayatı oldukça etkileyen sorunlar açığa çıkar. Bu sorunlar dışında estetik memnuniyetsizlik bireyi bu operasyona yönlendiren en büyük sebeplerden biridir. Artan sosyal medya kullanımı ile birlikte bireylerin özellikle yüz estetiğine verdiği önemin artışının anlaşılır olduğu bir gerçektir. Bu durum, oldukça fazla komplikasyonları olmasına rağmen bu cerrahilere talebi gün geçtikçe artırmaktadır. Zira bu kişilerde toplumdan dışlanmışlık, kötü bakışlara maruz kalma, kendini yalnız hissetme ve beğenilmeme duygusu hâkimdir. Ortognatik cerrahi talep eden bu hastalarda tedavi ile birlikte hayat kalitesinde artış görülmektedir.<sup>1</sup>

Günümüzde, özellikle çoğu bireyin sahip olduğu bilgisayarlar ya da akıllı telefonlar sayesinde, artan internet kullanımı ile herhangi bir konuda bilgi edinmek oldukça kolay hâle gelmiştir.<sup>2</sup> Bu durum sadece hastaları değil onları tedavi eden sağlık profesyonellerini de bu alanda çalışma yapmaya yönlendirmiştir. Örneğin diyabet, hipertansiyon, romatoid artrit gibi birçok hastalıkla ilgili YouTube™ (Google, Amerika Birleşik Devletleri) videolarını inceleyen çalışmalar yapılmıştır.<sup>3,4</sup> Bu çalışmalara, sağlık profesyonellerini yönlendiren neden internette hastaların doğru bilgilendirilip bilgilendirilmediğini değerlendirmek istemeleridir. Dünya çapında olduğu gibi ülkemizde de en popüler video paylaşım sitelerinden biri olan YouTube™ platformunun bilgi edinmek amacıyla kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. YouTube™ her gün yaklaşık 100 milyon videonun izlendiği ve 65.000'den fazla yeni videonun yüklendiği bir platform hâline gelmiştir.<sup>5</sup> Diğer sosyal medya platformlarına kıyasla görsel ve sözlü bilgi sağlama kapasitesi nedeniyle hem genel sağlık hem de dental ve estetik uygulamalar açısından bilgi almak isteyen bireyler tarafından oldukça sık ziyaret edilmektedir.<sup>6</sup>

Bu çalışmanın amacı, YouTube'da (www.youtube.com) ortognatik cerrahi ile ilgili en çok izlenen

videoların güvenilirliklerini ve içeriklerini inceleyerek, hastalara yararlı olup olmadığı yönünde değerlendirme yapmaktır.

## GEREÇ VE YÖNTEMLER

Çalışmamız, insanlarda ya da insanlardan alınan örneklerde yapılmadığı ve kamuya açık bir internet sitesi kullanılarak gerçekleştirildiği için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

Haziran 2022 yılında Google Trends uygulamasında, çift çene ameliyatı arandığında bir sonuca ulaşılamadı. YouTube'da (www.youtube.com) "çift çene ameliyatı" yazıldığında çıkan ilk 60 video incelendi. Yapılan çalışmalarda, YouTube kullanan izleyicilerinden %90 kadarı arama sonuçlarından ilk 3 sayfaya baktığı tespit edilmiştir. Bu sayfalarda aradıklarını bulamayan izleyicilerden %79'unun ise diğer sayfalara baktığı görülmüştür.<sup>7</sup> Yapılan başka bir çalışmada, YouTube™da çevrim içi arama yapan kullanıcıların %95'inin ilk 60 videoyu izleyeceğini ve ilk 5 sayfadan sonra izlemeye devam etmeyeceğini göstermiştir.<sup>8</sup> Bu nedenle ilk 60 video incelenmiş, arama sonuçları farklı günlerde değişebileceğinden kaynak bulucular (URL'ler) yedeklenmiştir (19 Haziran 2022).

Dâhil edilme kriteri olarak videoların Türkçe olması, 30 dk'dan uzun olmaması, sözsel anlatıma sahip olması, konuyla ilgili olması ve reklam içermemesi belirlenmiştir. Dâhil edilmeme kriterlerine göre videoların %48,3'ü (n=29) araştırma kapsamına alınmamıştır. Ayrıca videoların her biri için aşağıdaki parametreler kaydedilmiş ve sırasıyla etkileşim indeksi (%) ve izlenme oranı (%) hesaplanmıştır.<sup>9,10</sup>

Videolarda kaydedilen veriler;

1. Başlık ve URL bilgisi,
2. Video uzunluğu (dk olarak),
3. Yüklenme tarihinden bugüne kadar geçen zaman (gün olarak),
4. Yüklemeyi kimin gerçekleştirdiği (hekim, hasta),
5. Görüntülenme sayısı,
6. Beğeni ve beğenmeme sayısı,
7. Yorum sayısı.

Etkileşim İndeksi (%)=((Beğeni Sayısı-Beğenmeme Sayısı)/(Görüntülenme Sayısı))×100

İzlenme Oranı (%)=((Görüntülenme Sayısı)/(Yüklemenin Üzerinden Geçen Zaman))×100

YouTube™ videolarını değerlendirirken, kullanılan içerik analizinde belirlenen başlıklar: Cerrahi tedavinin tanımı, cerrahinin zamanı ve yaşı, cerrahinin endikasyonları, cerrahinin kontrendikasyonları, cerrahinin komplikasyonları, tedavi prosedürü, tedavinin maliyeti ve tedavinin avantajı olarak seçilmiştir. Sekiz farklı kategoride değerlendirilen YouTube videoları ilgili konu başlığına değinilip değinilmesine göre 0 ya da 1 puan verilecek şekilde değerlendirilmiş olup, 0-2 puan alanlar zayıf, 3-4 alanlar orta, 5-6 alanlar iyi, 7-8 alanlar faydalı zengin içerikli olarak planlanmıştır.

Ayrıca videoyu yükleyen kişinin hekim mi yoksa hasta mı olduğuna göre de video kaynakları 2 ana gruba ayrılmıştır.

## BULGULAR

Verilerin analizi için SPSS 23 istatistik (SPSS Inc, Chicago) paket programından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında verilerin normal dağılımı Kolmogorov-Smirnov testi ile hesaplanmıştır (Tablo 1). Analiz sonucunda tüm verilerin normal dağılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yirmi dokuz videonun incelendiği çalışmada, verilerin normal dağılmaması ve örneklemin küçüklüğü sebebiyle karşılaştırma analizlerinde nonparametrik testler kullanılmıştır. Analizlerin istatistiksel olarak anlamlılık düzeyi  $p<0,05$ 'tir.

Verilerin ortalama standart sapma ve minimum maksimum değerleri hesaplanmıştır. Videoların genel istatistikleri Tablo 2'de sunulmaktadır. Videoların ortalama görüntüleme sayısı 20776,43±36524,01'dir. Ortalama video beğenme sayısı 159,46±214,11'dir. Ortalama yorum sayısı 106±173,45'tir. Ortalama video uzunluğu 09.22±05.48'dir. Yükleme üzerinden geçen zaman ortalaması 630,36±639,67'dir. Ortalama etkileşim indeksi 1,49±1,24'tür. Ortalama izlenme oranı 2871,26±2473,98'dir. Ortalama içerik analiz puanı 4,43±1,48'dir.

İncelenen videoların %38'i hasta, %62 hekim kaynaklıdır (Şekil 1). Videoların sağladığı bilgi kalitesi bakımından videoların %7'si kötü, %48'i orta, %35'i iyi olarak sınıflandırılmıştır (Şekil 2).

Videoların incelenen özelliklerinin sağladığı bilgi kalitesi bakımından karşılaştırmasında, incelenen tüm unsurlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ( $p>0,05$ ) (Tablo 3).

Videoların incelenen özelliklerinin, kaynaklarının karşılaştırmasında incelenen tüm unsurlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ( $p>0,05$ ) (Tablo 4).

## TARTIŞMA

Bu çalışmada, ortognatik cerrahi ile ilgili YouTube™ videoları incelenmiştir. Literatürde YouTube'daki videoların tıp ve diş hekimliği alanındaki bilgi düzeylerini araştıran birçok çalışma mevcuttur.<sup>8,11</sup> Ancak yapılan literatür taramasında ortognatik cerrahi ile ilgili videoların incelendiği yeterli çalışmaya rastlan-

TABLO 1: Normalite testi sonuçları.

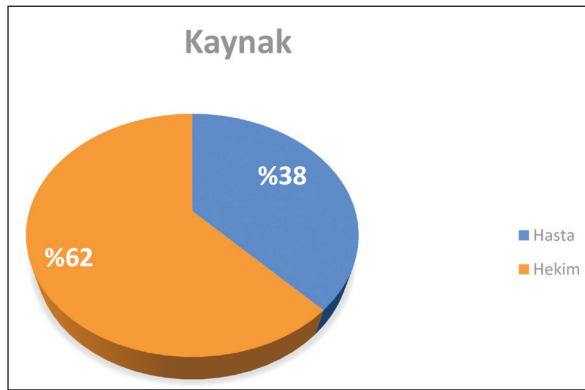
	İstatistik	Kolmogorov-Smirnov	
		sd	Önemlilik
Görüntüleme sayısı	0,298	28	0,001
Beğeni sayısı	0,279	28	0,001
Beğenmeme sayısı	0,677	28	0,001
Yorum sayısı	0,271	28	0,001
Video uzunluğu	0,164	28	0,051
Yükleme üzerinden geçen zaman	0,212	28	0,002
Etkileşim indeksi	0,214	28	0,002
İzlenme oranı	0,187	28	0,013
İçerik analiz puanı	0,207	28	0,003

sd: Serbestlik derecesi.

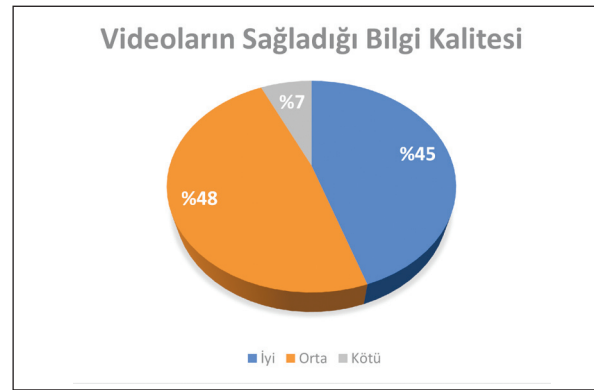
TABLO 2: Videoların genel istatistikleri.

	n	Minimum	Maksimum	Ortalama	SS
Görüntüleme sayısı	29	503	157.249	20776,43	36524,01
Beğeni sayısı	29	6	883	159,46	214,11
Beğenmeme sayısı	29	0	0	0	0
Yorum sayısı	29	0	859	106	173,45
Video uzunluğu	29	02.11	25.41.00	09.22	05.48
Yükleme üzerinden geçen zaman	29	23	2412	630,36	639,671
Etkileşim indeksi	29	0,28	6,58	1,49	1,24
İzlenme oranı	29	220,55	8858,32	2871,26	2473,98
İçerik analiz puanı	29	2	7	4,43	1,48

SS: Standart sapma.



ŞEKİL 1: Video içeriğinin üreticilerine ait grafik.



ŞEKİL 2: Video içeriğinin değerlendirme videosu.

mamıştır. Bu çalışmada, sağlık hizmeti veren kişilerin YouTube'da yer alan videolardaki bilgilerin farkında olup, hastalarını doğru şekilde yönlendirmesini ve sağlık hizmeti alan kişilerin de doğru kaynaklardan yararlanmasını sağlamak amacıyla bu videoların değerlendirilmesi doğru bulunmuştur.

Yapılan çalışmalarda, YouTube™un hastalıkların teşhisinde, tedavisinde ve önlenmesinde en çok başvurulan sosyal medya platformlarından biri olduğu öne sürülmüştür.<sup>12</sup> Bireylerin böylesine sık başvurduğu bir platformda, maalesef bilginin doğruluğunu denetleyen bir mekanizma mevcut değildir. Bu nedenle bu videoların incelenmesi ve denetlenmesinin gündeme gelmesi açısından bu tür çalışmaların gerekli olduğu düşünülmektedir.

Yapılan çalışmalarda, YouTube™ kullanıcılarının ilk 60 videoya odaklandıkları bilgi üzerinde durması çalışmamızda da 60 video üzerinde durmamıza yol açmıştır ki zira konuyu içeren tüm videoları de-

ğerlendirmek çok olası değildir.<sup>13</sup> Her geçen gün yeni içeriklerde videoların yüklenmesi ve bu yüklemelerin ücretsiz olması oldukça fazla video ile karşılaşmamıza yol açmaktadır aynı şekilde kullanıcılarında tüm videoları izlemeleri olası görülmemektedir.

Bicer Yıldırım ve ark., Hassona ve ark.nın yaptığı çalışmayı örnek göstererek, YouTube™ kullanıcılarının izledikleri videoların içeriğinin doğru olup olmadığını bilmeden izlediklerini ifade etmişlerdir.<sup>13</sup> Çalışmamızda bilgilendirici içeriği zengin olmayan videoların da içeriği zengin videolar kadar izlendiği ve beğenildiği görülmüştür. Bu nedenle video içeriklerinin izleyici açısından önemli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Morr ve ark. yaptıkları çalışmada, bireylerin sağlıkla ilgili yaptıkları internet araştırmalarında güven duyduklarını ve doğru olup olmadığı konusunda araştırma yapmadıklarını hatta sağlıkla ilgili tedavi tercihlerini de etkiledikleri sonucundan bahsetmek-

**TABLO 3:** Videoların sağladığı bilgi kalitesi bakımından karşılaştırılması (Kruskal-Wallis testi).

	İyi (n=13)		Orta (n=14)		Kötü (n=2)		SS	p değeri						
	Minimum	Maksimum	Minimum	Maksimum	Minimum	Maksimum								
Görüntüleme sayısı	503	107,540	19576,08	30689,82	805	157,249	24342,77	44760,63	2,531	5397,50	8,264	5397,50	4053,84	0,826
Beğeni sayısı	15	750	187,23	215,27	6	883	149,38	231,64	42	44,50	47	44,50	3,54	0,560
Beğenme sayısı	0	0	0,00	0,00	0	0	0,00	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00	1,000
Yorum sayısı	1	326	96,62	112,92	0	859	131,69	228,60	0	0,00	0	0,00	0,00	0,100
Video uzunluğu	209	1541	571,46	383,90	191	1151	587,62	330,03	131	329,50	528	329,50	280,72	0,584
Yükleme üzerinden geçen zaman	23	1837	587,62	596,78	69	2412	679,38	721,47	105	589,50	1074	589,50	685,19	0,851
Etkileşim indeksi	0,539	6,575	1,80	1,59	0	3	1,23	0,82	0,51	1,18	1,86	1,18	0,95	0,501
İzlenme oranı	390,109	8858,320	3284,40	2891,06	220,55	8616,38	2655,24	2189,00	769,46	1589,97	2410,48	1589,97	1160,37	0,778
İçerik analiz puanı	5	7	5,85	0,55	3,0	4,0	3,38	0,51	2	2,00	2	2,00	0,00	0,001

SS: Standart sapma.

**TABLO 4:** Videoların kaynakları bakımından karşılaştırılması (Mann-Whitney U testi).

	Hasta (n=10)		Hekim (n=18)		SS	p değeri			
	Minimum	Maksimum	Minimum	Maksimum					
Görüntüleme sayısı	805	157,249	29632,70	50280,66	503	107,540	15856,28	28617,88	0,555
Beğeni sayısı	6	883	187,60	257,20	15	750	143,83	192,52	0,408
Beğenme sayısı	0	0	0,00	0,00	0	0	0,00	0,00	1,000
Yorum sayısı	0	859	193,20	254,18	0	283	57,56	81,37	0,089
Video uzunluğu	191	1151	635,60	313,35	131	1541	520,61	368,10	0,208
Yükleme üzerinden geçen zaman	105	2412	744,40	778,56	23	1837	567,00	563,09	0,436
Etkileşim indeksi	0,279	3,003	1,30	0,82	1	7	1,60	1,44	0,076
İzlenme oranı	220,548	8616,384	2886,66	2397,41	390,11	8858,32	2862,71	2584,15	0,869
İçerik analiz puanı	2	6	3,60	1,07	2,0	7,0	4,89	1,49	0,832

SS: Standart sapma

tedirler. Özellikle hastaların, yükledikleri videolarda ameliyat tercihlerine nasıl karar verdiklerini anlattıkları bölümlerde, YouTube videoları izleyerek bu karara vardıkları fark edilmiştir.<sup>14</sup>

Atilla ve Öztürk yaptıkları çalışmada, üst çene genişletme prosedürü için bilgilendirme düzeyi açısından YouTube videolarını incelemişlerdir ve sadece 90 videodan 12'sinin (%13,3) orta-iyi kalitede olduğu sonucuna ulaşmışlardır çalışmamızda bu oran %48'dir. Bu orandaki değişikliğin "üst çene genişletilme" ifadesinin "ortognatik cerrahi" ifadesine göre daha spesifik ve az bilinir olması şeklinde yorumlanabilir.<sup>15</sup>

Bu çalışmada yalnızca Türkçe videolar dâhil edilmiştir. Bununla birlikte YouTube İngilizce ve diğer dillerde de oldukça faydalı videoların bulunduğu geniş bir platformdur. Bu nedenle YouTube platformunda sadece Türkçe değil diğer dillerin de değerlendirilmesi çalışmanın sağladığı bilgiler açısından daha kıymetli olacaktır.<sup>16</sup>

Literatüre bakıldığında YouTube ile ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan bu araştırmalardan bazıları, dental konular hakkındaki YouTube™ videolarının içerik kalitesinin yeterli olduğunu bildirirken, bazı çalışmalar ise video içeriklerinin eksik olduğunu ifade etmektedir.<sup>17,18</sup> Yaptığımız araştırmada video içeriklerinin orta ve iyi düzeyde olduğu ancak özellikle komplikasyonlarla ve maliyetle ilgili olarak eksik bilgilerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu tür YouTube çalışmalarında genelde diş implantları, gülüş tasarımı, estetik diş hekimliği, diş hekimliği eğitimindeki videoların etkinlikleri üzerinde durulmuştur.<sup>19,20</sup> Ancak ortognatik cerrahi ile ilgili yapılan yeterli çalışmaya ulaşamadığından bu çalışma planlanmıştır.<sup>15</sup>

İncelediğimiz videolarda, ortognatik ameliyatı öncesi hazırlık aşamasına ve cerrahi sonrası hastanın yaşam kalitesine kattıklarına geniş yer verilmesine rağmen gelişebilecek komplikasyonlar ve maliyet konusunda gerekli bilgilerin yeterince anlatılmadığı görülmüştür. Özellikle ciddi komplikasyonlara sahip bu cerrahiler öncesi hastalar yeterince bilgilendirilmeli-

dir kanaatindeyiz. Bicer Yıldırım ve ark. implantlarla ilgili yaptıkları YouTube çalışmasında, videolarda risk ve komplikasyonlara yeterince değinilmediğini ifade etmişlerdir bu yönüyle çalışmamızla uyumlu bir sonuç göstermektedir. Sağlık profesyonellerinin, bu ameliyatlara duyurma ve yönlendirme çabalarından kaynaklı olarak bu konulara yeterince değinilmediği görüşü ön plana çıkmaktadır.<sup>13</sup>

Bu çalışmanın limitasyonlarına bakıldığında, video içeriklerinin değerlendirilmesinde kabul görmüş uluslararası ve ulusal bir ölçek olmaması bizi literatürdeki benzer çalışmalarda kullanılan yöntemlerden yararlanmaya yönlendirmiştir. Oldukça hızlı bir değişimin olduğu bu platformda, verilerin sürekli değişebileceği bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca çalışmanın tek kişi tarafından yapılması da bir limitasyondur.

## SONUÇ

Bu çalışma, YouTube™ platformunda hastaların faydalandığı bilgilerin içeriğini değerlendirmeyi amaçlamış ve videoların orta düzey fayda sağladığını yeterli bilgiyi vermediğini göstermiştir. Sağlık profesyonellerinin ürettiği içeriklerde daha doğru bilgilere ulaşılması beklendiğinden daha çok ve anlaşılır video yüklemeleri gerekmektedir.

### Finansal Kaynak

*Bu çalışma sırasında, yapılan araştırma konusu ile ilgili doğru- dan bağlantısı bulunan herhangi bir ilaç firmasından, tıbbi alet, gereç ve malzeme sağlayan ve/veya üreten bir firma veya herhangi bir ticari firmadan, çalışmanın değerlendirme sürecinde, çalışma ile ilgili verilecek kararı olumsuz etkileyebilecek maddi ve/veya manevi herhangi bir destek alınmamıştır.*

### Çıkar Çatışması

*Bu çalışma ile ilgili olarak yazarların ve/veya aile bireylerinin çıkar çatışması potansiyeli olabilecek bilimsel ve tıbbi komite üyeliği veya üyeleri ile ilişkisi, danışmanlık, bilirkişilik, herhangi bir firmada çalışma durumu, hissedarlık ve benzer durumları yoktur.*

### Yazar Katkıları

*Bu çalışma tamamen yazarın kendi eseri olup başka hiçbir yazar katkısı alınmamıştır.*

## KAYNAKLAR

1. Ağırmaslıgil MÖ, Amuk NG. Ortognatik cerrahi tedavide hasta psikolojisi ve hasta memnuniyeti [Patient psychology and satisfaction about orthognatic surgery treatment]. *Erciyes Journal of Health Sciences*. 2018;27(1):80-6. [Link]
2. Şahin SC. Porselen laminate veneerler hakkındaki YouTube videolarının değerlendirilmesi [Evaluation of YouTube videos on porcelain laminate veneers]. *Acta Odontol Turc*. 2021;38(1):19-27. [Crossref]
3. Garg N, Venkatraman A, Pandey A, Kumar N. YouTube as a source of information on dialysis: a content analysis. *Nephrology (Carlton)*. 2015;20(5):315-20. [Crossref] [PubMed]
4. Kumar N, Pandey A, Venkatraman A, Garg N. Are video sharing web sites a useful source of information on hypertension? *J Am Soc Hypertens*. 2014;8(7):481-90. [Crossref] [PubMed]
5. Al-Silwadi FM, Gill DS, Petrie A, Cunningham SJ. Effect of social media in improving knowledge among patients having fixed appliance orthodontic treatment: A single-center randomized controlled trial. *Am J Orthod Dentofacial Orthop*. 2015;148(2):231-7. [Crossref] [PubMed]
6. Nagpal SJS, Karimianpour A, Mukhija D, Mohan D, Brateanu A. YouTube videos as a source of medical information during the Ebola hemorrhagic fever epidemic. *Springerplus*. 2015;4:457. [Crossref] [PubMed] [PMC]
7. Lena Y, Dindaroğlu F. Lingual orthodontic treatment: A YouTube™ video analysis. *Angle Orthod*. 2018;88(2):208-14. [Crossref] [PubMed] [PMC]
8. Hansen C, Interrante JD, Ailes EC, Frey MT, Broussard CS, Godoshian VJ, et al. Assessment of YouTube videos as a source of information on medication use in pregnancy. *Pharmacoepidemiol Drug Saf*. 2016;25(1):35-44. [Crossref] [PubMed] [PMC]
9. Topsakal KG, Aksoy M, Akbulut AS. Çocuklara uygulanan ortodontik tedavilere ilişkin youtube videolarının içeriklerinin değerlendirilmesi [Evaluation of the content of the Youtube™ videos on orthodontic treatments for children]. *Necmettin Erbakan Univ. Dent. J*. 2021;3(3):108-14. [Crossref]
10. Abukaraki A, Hamdan AA, Ameera MN, Nasief M, Hassona Y. Quality of YouTube™ videos on dental implants. *Med Oral Patol Oral Cir Bucal*. 2018;23(4):e463-e8. [Crossref] [PubMed] [PMC]
11. Desai T, Shariff A, Dhingra V, Minhas D, Eure M, Kats M. Is content really king? An objective analysis of the public's response to medical videos on YouTube. *PLoSOne*. 2013;8(12):e82469. [Crossref] [PubMed] [PMC]
12. Singh AG, Singh S, Singh PP. YouTube for information on rheumatoid arthritis--a wakeup call? *J Rheumatol*. 2012;39(5):899-903. [Crossref] [PubMed]
13. Bicer Yıldırım AZ, Zor ZF, Bağcı N, Peker I. İmplant konulu YouTube videolarının değerlendirilmesi [Evaluation of YouTube videos on dental implant]. *Journal of Clinical Sciences*. 2021;10(3):186-92. [Link]
14. Morr S, Shanti N, Carrer A, Kubeck J, Gerling MC. Quality of information concerning cervical disc herniation on the Internet. *Spine J*. 2010;10(4):350-4. [Crossref] [PubMed]
15. Atilla AO, Öztürk T. Üst çene genişletme prosedürü için bilgi kaynağı olarak kullanılabilen YouTube internet platformunun video analizi ile değerlendirilmesi [Evaluation of YouTube internet platform that can be used as information source for upper jaw expansion procedure with video analysis]. *Selcuk Dent J*. 2020;7:494-9. [Link]
16. Aghasiyev R, Yılmaz BŞ. The Accuracy of Information about Orthodontics Available on the Internet. *Turk J Orthod*. 2018;31(4):127-32. [Crossref] [PubMed] [PMC]
17. Yavuz MC, Buyuk SK, Genc E. Does YouTube™ offer high quality information? Evaluation of accelerated orthodontics videos. *Ir J Med Sci*. 2020;189(2):505-9. [Crossref] [PubMed]
18. Gaş S, Zincir ÖÖ, Bozkurt AP. Are youtube videos useful for patients interested in botulinum toxin for bruxism? *J Oral Maxillofac Surg*. 2019;77(9):1776-83. [Crossref] [PubMed]
19. Menziletoglu D, Guler AY, Isik BK. Are YouTube videos related to dental implant useful for patient education? *J Stomatol Oral Maxillofac Surg*. 2020;121(6):661-4. [Crossref] [PubMed]
20. Eksi Ozsoy H. Evaluation of YouTube videos about smile design using the DISCERN tool and Journal of the American Medical Association benchmarks. *J Prosthet Dent*. 2021;125(1):151-4. [Crossref] [PubMed]