

Dentofasiyal Estetik Algı Üzerine Sosyal Medyada Tanınırlığın Etkisi

Elif Figen Koçak(0000-0003-4708-788X)^a, Nazlı Aydın(0000-0002-7124-7989)^a

Selcuk Dent J, 2022; 9: 862-869 (Doi: 10.15311/selcukdentj.1123016)

Başvuru Tarihi: 31 Mart 2022
Yayına Kabul Tarihi: 02 Kasım 2022

ÖZ

Dentofasiyal Estetik Algı Üzerine Sosyal Medyada Tanınırlığın Etkisi

Amaç: Gülümseme, yüz estetiğinin değerlendirilmesinde ve bireylerin sosyal etkileşiminde önemli bir role sahiptir. Bir gülümsemenin estetik değerlendirmesinde kişilik özelliklerinin, etnik grupların ve mesleki deneyimlerin etkileri bugüne kadar araştırılan konular arasındadır. Günümüzde sosyal medyada tanınır olmanın da estetik algıyı etkileyebilecek faktörler arasında olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesine başvuran hastaların sosyal medyada tanınan ve tanınmayan modeller üzerinde estetik algılarını değerlendirmek amacıyla yapılmıştır.

Gereç ve Yöntemler: Araştırmanın örneklemini Çukurova Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi'ne başvuran 18-65 yaş arası 70 kadın, 60 erkek 130 hasta oluşturmuştur. Dental estetik normlarına uymayan gülüşlere sahip (Gummy smile, diastema, orta hat kayması, üst santral çapraşıklık, düz gülüş arki) sosyal medya tanınırlığına sahip beş ünlü kişi ve aynı özelliklere sahip ünlü olmayan beş kişi seçildi. Katılımcılardan tüm yüz ve ağız gülümseme fotoğraflarını 5'li Likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istendi. Verilen puanları karşılaştırmak için Ki-kare testi kullanıldı. Tüm sonuçlar $p < 0.05$ olduğunda anlamlı kabul edildi.

Bulgular: Orta hat kayması ($p=0.202$), ve düz gülümseme arki ($p=0.061$), açısından ünlülere ait fotoğraf değerlendirmelerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişki yokken ünlü olmayanlara ait fotoğraf değerlendirmelerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır ($p < 0.05$). Gummy smile, diastema ve üst santral çapraşıklık içeren her iki gruba ait modellerin değerlendirmelerinde istatistiksel olarak benzer bir ilişki gözlemlendi.

Sonuç: Bu çalışmanın sınırlamaları dahilinde sosyal medyada tanınmak Gummy smile, diastema ve üst santral çapraşıklık durumlarında estetik algıyı etkilemezken, orta hat kayması ve düz gülümseme arki durumlarında etkilemiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Sosyal medya, Estetik algı, Estetik gülümseme.

ABSTRACT

The Effect of Being Famous in Social Media on Dentofacial Aesthetic Perception

Background: Smile has an important role in evaluating facial aesthetics and the social interaction of individuals. In the aesthetic evaluation of a smile, the effects of personality traits, ethnic groups, and professional experiences are among the topics researched to date. Social media is important in terms of increasing visual interaction. This study aimed to evaluate the aesthetic awareness and perceptions of the patients admitted to the Faculty of Dentistry of Cukurova University on the models recognized and unrecognized by social media.

Methods: The study sample consisted of 70 females; 60 males 130 patients aged 18-65 years who applied to the Cukurova University Faculty of Dentistry. Five famous persons on social media and five non-famous persons with the same features were selected, with smiles that do not comply with dental aesthetic norms (Gummy smile, diastema, midline shift, upper central crowding, straight smile arc). Participants were asked to evaluate all facial and mouth smile photos (of all models according to a 5-point Likert scale. A Chi-square test was used to compare the given scores. All results were considered significant when $p < 0.05$.

Results: In terms of midline shift ($p=0.202$) and straight smile arc ($p=0.061$), there was no statistically significant relationship in the photographic evaluations of celebrities, while there was a statistically significant correlation in the photographic evaluations of non-celebrities ($p < 0.05$). A statistically similar relationship was observed in the evaluations of the models belonging to both groups, which included gummy smiles, a diastema, and upper central crowding.

Conclusion: Within the limitations of this study, being famous on social media did not affect the aesthetic perception in cases of gummy smile, a diastema, and upper central crowding but affected in cases of midline shift and straight smile arc.

KEYWORDS

Social media, Aesthetic perception, Aesthetic smile

Binlerce yıldır, insanoğlu "Güzelliği meydana getiren nedir?" sorusuna cevap aramaktadır. Güzellik algısı farklı kültürlerle ve zamana bağlı olarak değişim gösterse de temel cevap olan belli bir orantıya sahip olmak fikri değişmemiş gibi görünmektedir. Bilim insanları, sanatçılar ve filozoflar, doğadaki matematiksel ve oransal hâkimiyetin farkına varmış, bu oranların yüzün bölümlerine uygulanmasıyla güzellik kavramı somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Bu şekilde fiziksel çekicilikte gözler, ağız (dişli ve dişsiz) ve burnun çok

kritik bir rol oynadığı kabul edilmiştir.¹

Dentofasiyal yapıların, estetik değerlendirilmesinde objektif ve sübjektif veriler kullanılmaktadır. Dental estetik indeksi, gülüş indeksi ve modifiye gülüş indeksi objektif verilere, görsel analog skalası (VAS) ve Q-Sort analizi ise daha sübjektif verilere dayanan değerlendirme yöntemleridir.²⁻⁷ Dental estetik indeksinde dişlerin sayısı, boyutu, çapraşık veya boşluklu yapıda olması ön plandadır.⁴ Modifiye gülüş indeksi⁷ lateral komissür mesafesinin orta hattaki

^a Çukurova Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi, Protetik Diş Tedavisi, Adana, Türkiye

^β Çukurova Üniversitesi Abdi Sütcü Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Adana, Türkiye

inter-vermillion mesafesine oranına bağlıken; gülüş indeksi, gülüş anındaki horizontal genişliğin dikey boyuta oranına bağlıdır.⁶ VAS⁸ ve Q-Sort analizleri ise vakaların gözlemciler tarafından estetik sıralamalarına dayalı subjektif analizlerdir. Tamamen subjektif olmaları nedeniyle gözlemciler arasında düşük uyuma sahiptirler.⁹

Sanattaki estetik ilkelerden, belirli bir etnik popülasyonun ortalama ölçümlerinden, estetik açıdan ayrıcalıklı olduğu düşünülen grupların gözlemlerinden yola çıkarak dental estetik normlar ve referanslar oluşturulmuştur. Bu normlar ve referansların klinik uygulama için etkili olduğu bilinmektedir. Fakat dental estetik normların her bir kriterini tam olarak karşılamayan bir gülümsemede çekici olabilmektedir.¹⁰ Estetik bir gülümseme birçok bileşenin etkileşiminin sonucudur. Diş hekimlerinin gülüş estetiğine ilişkin bilgileri ile hastaların gülüşü estetik olarak algılaması arasındaki dengeli belirleyen ilkelerin anlaşılması oldukça önemlidir. Gülümseme genellikle bir kişinin yüzünün çekiciliğini tanımlar ve bu nedenle sosyal etkileşimde kilit bir role sahiptir.¹¹

Gülüş estetiğini etkileyen faktörlerden biri olan dişeti görüntüsü literatürde birçok çalışmada değerlendirilmiştir.^{8,12,13} Gençlik dolu bir gülümseme, servikalde 1-2 mm dişetin eşlik ettiği üst kesici diş kronlarının tam görüntüsü ile ifade edilir. "Gummy smile" olarak bilinen dişetin aşırı görünmesi, bir gülümsemeyi çekici olmayan hale getirebilir.¹²⁻¹⁴ Aynı şekilde yüz ve dişler arasındaki artmış orta hat sapmasının^{12,14-16}, anterior bölgedeki diastemanın^{12-15,17} estetiği riske attığı kabul edilmiştir. Bununla birlikte ideal bir gülümsemede üst keserlerin kesici kenarlarının kurvatürü alt dudakın iç kontürüne paralel olmalıdır. İdeal olmayan bir gülümseme arkında ise maksiller kesici kenarlar düzdür ya da alt dudak iç kurvatürüne göre terstir.^{9,14,17}

Margaret Hungerford, 1878'de yazdığı romanda "güzellik tamamen bakanın gözündedir" düşüncesini vurgulayarak; güzelliğin sadece öznel olduğunu vurgulamıştır. Böyle düşünüldüğünde ideal gülümsemeyi tanımlamak neredeyse imkânsızdır. Çünkü bireyler, çağlar, kültürler ve medeniyetler arasında çok fazla çeşitlilik vardır. Bu farklılıklara rağmen, medya, ideal gülümsemenin görüntüsünü, parlak kırmızı dudaklarla çevrelenmiş mükemmel orantılı dişler olarak tasvir etme eğilimindedir.¹⁸

Medya, idealize edilmiş dış görünümün nasıl olması gerektiği ve nasıl elde edileceğine dair bilgilerin yayılmasında önemli rol oynamaktadır. Pazarlama reklamları, güzel dişlerin görüldüğü gülümsemeyi sıklıkla kullanarak duyguları etkilemeyi amaçlar. Bu nedenle, görsel medya aracılığıyla sunulan görsel uyarıların, estetik öz değerlendirmeden kısmen sorumlu olduğu düşünülmektedir.¹⁹ Benzer şekilde, estetik prosedürlerle kişilerin dış görünümünün değişimini konu alan televizyon programlarının,

kozmetik diş tedavilerine olan talepteki artışın nedenlerinden biri olduğu belirtilmiştir.²⁰ Teknolojideki yenilikler medyayı büyük bir dönüşüme uğratmıştır. Etkileşimin zamansız ve mekansız olduğu sosyal medya, kitlelerin tercihlerini belirlemede önemli etkilere sahiptir ve ünlü bireylerin kendilerini göz önünde tutmak için kullandıkları önemli bir araçtır.²¹

Estetik algısının, ortak kültür ve ulusal geçmişten^{22,23} etkilenmesinin yanı sıra değerlendiren kişilerin profesyonel gözlemci olup olmamasından da etkilendiği birçok çalışmada rapor edilmiştir.^{7,13,24-26} En iyi estetik sonuçlar elde etmek için ayrıntılı bir gülümseme analizi önemli olmasına rağmen, toplumun bireyleri tarafından çekici kabul edilen ünlü kişilerin gülümsemesinin ana gülümseme parametreleri ile uyumu üzerine yeterli çalışma bulunmamaktadır.^{15,23,27}

Bu çalışma, Çukurova Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesine başvuran hastaların dentofasiyal estetik algılarında sosyal medyada tanınırlığının etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır. H₀ hipotezimiz: "Estetik algı üzerinde sosyal medyada tanınırlığın etkisi yoktur." şeklindedir.

GEREÇ VE YÖNTEMLER

Amaç: Çalışma sosyal medyada ünlü olan ve olmayan bireylere ait fotoğraflar üzerinde estetik kriterlerin değerlendirilmesi ve karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır.

Çalışmanın şekli: Kesitsel-tanımlayıcı tipteki bu çalışmaya, Çukurova Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi'ne dental tedavileri için başvuran, 18-65 yaş arası 72'si kadın 58'i erkek olmak üzere 130 hasta dâhil edilmiştir. Çalışma öncesinde çalışmada değerlendirme yapan bireylere araştırmanın amacı ve yöntemine ilişkin ayrıntılı bilgi verildikten sonra gönüllü onam formu doldurularak onayları alınmıştır.

Evren ve örneklem: Çalışma popülasyonunda ünlüler için verilecek estetik algı skorunun ortalama 4 birim ve ünlü olmayan kişiler için ortalama 3.5 birim olacağı öngörülerek, standart sapmanın 2 birim (ölçüm skalasının likert tipinde olmasından dolayı) ve iki değerlendirme arasındaki korelasyonun 0.50 düzeyinde olacağı varsayımları altında iki görsel arasındaki farkı %5 hata ve %80 güçte anlamlı bulacak örneklem büyüklüğü 128 kişi olarak belirlenmiştir. Bu nedenle çalışmada değerlendirmeler 130 kişi üzerinden yapılması planlanmıştır.

Veri toplama Araçları: Çalışmamızda dental estetik normlara uymayan 5 duruma sahip gülümseyişi olan (Gummy smile, diastema, orta hat sapması, üst santral dişlerde çapraşıklık ve düz gülümseme arkı) sosyal medyada ünlü 5 kişi ve fakültemize başvuran ünlü olmayan aynı gülümseyiş özelliklerine sahip 5 kişi fotoğraf modeli olarak kullanılmıştır. Ünlülerin sosyal medyada paylaştığı fotoğraflar kullanılmış ve ünlü olmayan kişilerin aynı açılara sahip gülüş fotoğrafları çekilmiştir. Fotoğraf çekimi öncesinde, çalışmanın amacı

ve yöntemine dair bilgilendirme yapılarak, ünlü olmayan kişilerin onayları alınmıştır. Seçilen ünlüler Türkiye’de sıklıkla TV dizileriyle, reklamlarla ve instagram, twitter gibi sosyal medya hesaplarıyla tanınırlığı olan kişilerdir ve internet üzerinde yapılan arama sonucu fotoğraflarına ulaşılmıştır.

Araştırmacılar tarafından literatürden derlenen bilgiler^{9-11,14,18,28} kullanılarak oluşturulan veri toplama formu iki bölümden oluşmaktadır. Formun birinci kısmı katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve sosyal medya kullanımına yönelik sorulardan oluşmaktadır. Çalışmada dental estetik normlara uymayan ünlü ve ünlü olmayan kişilerin, önden görünen tüm yüz (n=10) ve aynı tüm yüz fotoğraflarından kesilerek elde edilen ağız bölgesi (n=10) gülüş fotoğrafları değerlendirilmeye sunulmuştur. İkinci kısım, hastaların tüm yüz ve ağız bölgesi gülüş fotoğraflarını içerir. İkinci kısımda verilecek cevaplar 5’li likert tipinde hazırlanmıştır, “çok kötü” (1) ile “çok iyi” (5) arasında değişmektedir.

Verilerin Toplanması: Anket formu katılımcılara yüz yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır. Katılımcılara fotoğraflar karışık olarak gösterilmiş, tüm yüz ve ağız bölgesi gülüşlerinin aynı kişilere ait olduğu söylenmemiş, kendi farkındalıklarına bırakılmıştır.

Araştırma Etiği: Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kuruluna başvurularak çalışmanın yapılabilirliğine ilişkin 50243401/2021-4 sayılı yazı alınmıştır. Çalışmadaki katılımcı seçimi gönüllülük esasına dayanmakla beraber; çalışma, gizlilik, mahremiyet gibi unsurların korunması ve çalışmadan istedikleri zaman ayrılacakları ile ilgili bilgi verilerek katılımcıların sözlü ve yazılı rızası alınmıştır. Ünlülerin halka açık fotoğrafları kullanılmıştır.

İSTATİSTİKSEL ANALİZ

Çalışmadan elde edilen verilerin analizi, bilgisayar ortamında IBM SPSS Statistics 25 (IBM SPSS, Türkiye) istatistik yazılım programı kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın verileri frekans tabloları kullanılarak düzenlenmiştir. Veriler %95’lik güven aralığında, $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov Smirnov ve Shapiro Wilk normallik testleri ile test edilmiştir. Katılımcıların ağız ve yüz kesitlerine verdikleri puanların karşılaştırılmasında Ki-Kare test istatistiği kullanılmıştır.

BULGULAR

Mevcut araştırmaya % 55.4’ü kadın, % 44.6’sı erkek 130 kişi katılmıştır. Katılımcılara ait bilgiler ve sosyal medya kullanımları ile ilgili veriler **Tablo 1**’de verilmiştir.

Tablo 1.

Katılımcılara ait bilgiler ve sosyal medya kullanım verileri.

Katılımcılar (n=130)		Min-Maks	Ort±Ss
Yaş	Kadın	18-65	34.21±13.24
	Erkek	18-65	38.74±16.21
	Toplam	18-65	36.23±14.75
		n	%
Cinsiyet	Kadın	72	55.4
	Erkek	58	44.6
Eğitim	İlkokul	15	11.5
	Ortaokul	19	14.6
	Lise	33	25.4
	Lisans	51	39.2
	Yüksek lisans	10	7.7
Doktora		2	1.5
Facebook	Hayır	71	54.6
	Evet	59	45.4
Instagram	Hayır	46	35.4
	Evet	84	64.6
Twitter	Hayır	90	69.2
	Evet	40	30.8
Diğer	Hayır	116	89.2
	Evet	14	10.8
Sosyal medya kullanım sıklığı	Hiç	22	16.9
	Nadiren	31	23.8
	Çoğunlukla	48	36.9
	Her zaman	29	22.3

Katılımcıların aynı kişilerin tüm yüz ve ağız bölgesi gülüş fotoğraflarının değerlendirmelerinin kendi içindeki tutarlılığının karşılaştırılması Ki-kare analizi ile **Tablo 2**’de verilmiştir.

Tablo 2.

Katılımcıların tüm yüz ve ağız bölgesi fotoğraf değerlendirmelerinin kendi içindeki tutarlılığının karşılaştırılması.

Kişi sayısı (n=130)		Ağız-Yüz p değeri
Gummy smile	Ünlü olan	<0.001*
	Ünlü olmayan	<0.001*
Diastema	Ünlü olan	0.943
	Ünlü olmayan	0.122
Orta hat sapması	Ünlü olan	0.202
	Ünlü olmayan	0.005*
Üst santral çapraşıklık	Ünlü olan	0.032*
	Ünlü olmayan	0.001*
Düz gülümseme arka	Ünlü olan	0.061
	Ünlü olmayan	0.017*

* $p < 0.05$; Ki-Kare testi

İki gruba ait gummy smile fotoğraflarında ağız ve yüz kesitlerine yapılan değerlendirmeler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır ($p < 0.001$). Ünlülere ait diastema fotoğraflarında; ağız ve yüz kesitlerine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak

anlamli bir ilişki yoktur ($p= 0.943$). Aynı şekilde ünlü olmayanlara ait diastema fotoğraflarında; ağız ve yüz kesitlerine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamli bir ilişki yoktur ($p= 0.122$). Orta hat sapması açasından ünlülere ait fotoğraf değerlendirmelerinde istatistiksel olarak anlamli ilişki yokken ($p= 0.202$), ünlü olmayanlara ait fotoğraf değerlendirmelerinde istatistiksel olarak anlamli ilişki vardır ($p= 0.005$) (Tablo 3).

Tablo 3.

Orta hat sapmasına sahip ünlü ($p=0.202$) ve ünlü olmayan ($p=0.005$) kişilerin tüm yüz ve ağız bölgesi fotoğraflarının değerlendirmeleri.

ORTA HAT SAPMASI		YÜZ BÖLGESİ DEĞERLENDİRME n(%)						
			Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi	Toplam
A	Çok kötü	Ünlü olan	0	0	0	0	0	0
Ğ			% 0	% 0	% 0	% 0	% 0	% 0
I		Ünlü olmayan	2	5	8	1	2	18
Z			% 100	% 18.5	% 15.4	% 2.6	%20	%13.8
B	Kötü	Ünlü olan	0	3	3	3	2	11
Ö			% 0	% 15	% 6.1	% 8.1	% 9.5	% 8.5
L		Ünlü olmayan	0	13	20	16	1	50
G			% 0	% 48.1	% 38.5	% 41	% 30	% 38.5
E	Orta	Ünlü olan	1	4	13	10	3	31
S			% 33.3	% 20	% 26.5	% 27	% 14.3	% 23.8
i		Ünlü olmayan	0	9	17	17	3	46
D			% 0	% 33.3	% 32.7	% 43.6	% 30	% 35.4
E	İyi	Ünlü olan	0	10	18	15	4	47
Ğ			% 0	% 50	% 36.7	% 40.5	% 19	% 36.2
E		Ünlü olmayan	0	0	4	5	2	11
R			% 0	% 0	% 7.7	% 12.8	% 20	% 8.5
L								
E	Çok iyi	Ünlü olan	2	3	15	9	12	41
N			% 66.7	% 15	% 30.6	% 24.3	% 57.1	% 31.5
D		Ünlü olmayan	0	0	3	0	2	5
E			% 0	% 0	% 5.8	% 0	% 20	% 3.8
Toplam		Ünlü olan	3	20	49	37	21	130
			100%	100%	100%	100%	100%	100%
		Ünlü olmayan	2	27	52	39	10	130
			100%	100%	100%	100%	100%	100%

$p<0.05$; Ki-Kare testi

Üst santral çapraşıklık olgusunda; ünlüler ($p= 0.032$) ve ünlü olmayanlara ($p= 0.001$) ait fotoğraf değerlendirmelerinde ağız ve yüz kesitleri arasında istatistiksel olarak anlamli ilişki bulunmuştur. Düz gülümseme arkına ait fotoğraf değerlendirmelerinde, ünlü grubunda istatistiksel olarak anlamli ilişki bulunmamış ($p= 0.061$), ünlü olmayanlarda ise ağız ve yüz kesitleri arasında istatistiksel olarak anlamli ilişki bulunmuştur ($p= 0.017$) (Tablo 4).

Tablo 4.

Düz gülümseme arkına sahip ünlü(p=0.061) ve ünlü olmayan(p=0.017) kişilerin tüm yüz ve ağız bölgesi fotoğraflarının değerlendirmeleri.

DÜZ GÜLÜMSEME ARKI		YÜZ BÖLGESİ DEĞERLENDİRME n(%)						
			Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi	Toplam
A	Çok kötü	Ünlü olan	0	2	1	0	2	5
Ğ			% 0	% 12.5	% 3.2	% 0	% 5.6	% 3.8
I		Ünlü olmayan	1	2	4	11	6	24
Z			% 100	% 22.2	% 14.8	% 28.2	%11.1	%18.5
B	Kötü	Ünlü olan	2	4	11	11	5	33
Ö			% 66.7	% 25	% 35.5	% 26	% 13.9	% 25.4
L		Ünlü olmayan	0	5	14	11	11	41
G			% 0	% 55.6	% 51.9	% 28.2	% 20.4	% 31.5
E	Orta	Ünlü olan	0	7	15	20	13	55
S			% 0	% 43.8	% 48.4	% 45.5	% 36.1	% 42.3
İ		Ünlü olmayan	0	2	7	15	22	46
D			% 0	% 22.2	% 25.9	% 38.5	% 40.7	% 35.4
E	İyi	Ünlü olan	0	3	3	11	12	29
Ğ			% 0	% 18.8	% 9.7	% 25	% 33.3	% 22.3
R		Ünlü olmayan	0	0	2	2	11	15
L			% 0	% 0	% 7.4	% 5.1	% 20.4	% 11.5
E	Çok iyi	Ünlü olan	1	0	1	2	4	8
İ			% 33.3	% 0	% 3.2	% 4.5	% 11.1	% 6.2
R		Ünlü olmayan	0	0	0	0	4	4
M			% 0	% 0	% 0	% 0	% 7.4	% 3.1
E	Toplam	Ünlü olan	3	16	31	44	36	130
			% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100
		Ünlü olmayan	1	9	27	39	54	130
			% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100

$p < 0.05$; Ki-Kare testi

TARTIŞMA

Mevcut çalışma ile sosyal medyada ünlü olan ve olmayan kişilerin fotoğrafları (Dental estetik normlara uymayan gülüş özelliklerine sahip) kullanılarak, kişilerin sosyal medyada tanınır olmasının Çukurova Üniversitesi Dış Hekimliği Fakültesine başvuran hastaların dentofasiyal estetik algısına etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre H_0 hipotezi, kısmen reddedilmiştir.

Çalışmada incelenen 5 parametre arasından gummy smile ve üst santral çapraşıklık fotoğraflarında ünlü olanlar ve olmayanlar arasında hem tüm yüz hem ağız bölgesi puanlamaları açısından istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Ünlülere ve ünlü olmayanlara ait fotoğrafların tüm yüz ve ağız bölgesi değerlendirmelerinde benzer sonuçlar olması katılımcıların değerlendirmelerinin fotoğraftaki kişilerin tanınırlığından etkilenmediğini destekler niteliktedir. Orta hat sapması ve düz gülümseme arkı parametrelerinde, ünlülere ait tüm yüz ve ağız bölgesi puanlamaları arasında anlamlı ilişki olmadığı görülürken ünlü olmayanlara ait değerlendirmelerde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durum ise, orta hat sapması ve düz gülümseme arkı için katılımcıların fotoğraftaki kişilerin tanınırlığından etkilenerek değerlendirme yaptığını gösterir niteliktedir. 5. Parametre olan diastema değerlendirmesinde, her iki grupta da tüm yüz ve ağız bölgesi puanlanması arasında anlamlı ilişki olmaması, katılımcıların fotoğraftaki kişilerin tanınırlığından etkilenmediğini ancak aynı kişinin ağız ve yüz kesitine farklı değerlendirme yaptığını göstermektedir.

Dünya genelinde sosyal medyada geçirilen zaman “We Are Social ve Hootsuite” ortak çalışması olan Dijital 2022 raporuna göre²⁹; kişi başı günde ortalama 2 saat 27 dakika olarak belirtilmiştir. Ülkemiz özelinde bakıldığında ise

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan 2017 yılına ait istatistiklere göre 16-24 yaş arası internet kullanım oranı %87.2'dir.²¹ Sosyal medyadaki ünlülerin çoğunun hedef kitlesi gençler olduğu için gençlerin daha çok etkilenmesi de beklenen bir durumdur. Çalışmamızda katılımcıların yaş ortalamasının 36.23±14.75 olması ve sosyal medya kullanımıyla ilgili %22.3 her zaman ve %36.9 çoğunlukla kullanıyorum verileri, katılımcıların değerlendirmelerinde sosyal medyanın etkisi olabileceğini desteklemektedir.

Gülümseme estetiğini analiz etmeye yönelik literatürde birçok çalışma bulunmaktadır.^{1,11,15,23} Cruz ve ark.¹⁵, yapmış oldukları çalışmada internet taramasında en estetik gülüşlere sahip ünlülerin fotoğraflarını değerlendirmişlerdir. Bu ünlülerin %48.8'inde 2 mm'den fazla orta hat sapması, %19.5'inde düz gülüş arki, %24.4'ünde gummy smile olduğu belirtilmiştir. İncelenen ünlülerin hiçbirinin diastemaya sahip olmadığı görülmüştür. Bu çalışmada en estetik gülüşe sahip olan ünlülerin, fotoğrafları analiz edildiğinde estetik kriterlere birebir uymadığı görülmüştür. Cruz ve ark.¹⁵, bireylerin kişilik özellikleri ve tanınırlıklarının, gülüş estetiği algısını etkileyebileceğini ifade etmişlerdir. Mevcut çalışmanın sonuçlarına göre, orta hat sapması ve düz gülümseme arki olan ünlülerin tüm yüz ve ağız bölgesi fotoğraflarının değerlendirilmesinde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmazken, ünlü olmayan kişilerin fotoğraflarının değerlendirilmesinde benzerlik bulunması bu görüşü destekler niteliktedir.

Koidou ve ark.¹, en estetik gülüşe sahip ünlüler ve diş hekimliği öğrencilerinin gülümseme fotoğraflarında pupiller ve kaninler arası çizgileri analiz etmişlerdir. Ünlülerde bu çizgilerin birbirine daha paralel olduğu sonucuna varılmıştır. Yazarlar çalışmada en estetik gülüşe sahip ünlülerin dişlerinin talep doğrultusunda düzeltilip düzeltilmediğini çalışmanın bir açığı olarak belirtmişlerdir. Çalışmanın yazarları, en estetik gülüşe sahip ünlüleri ünlü olmayan bireylerle karşılaştırırken, mevcut çalışmada dental estetik normlara uymayan gülüşler değerlendirilmiştir. Ayrıca mevcut çalışmadan farklı olarak, seçilen fotoğraflara doğrudan estetik bir puanlama yapılmamış, ünlülerin sosyal medyada estetik olarak belirtilmeleri doğrultusunda çalışma yapılmıştır.

Chen ve ark.²³ çalışmalarında Han Çinli ünlüler, diş hekimleri ve diş hekimliği öğrencilerinin gülüş estetiğini karşılaştırmıştır. Bu çalışmaya göre Han Çinli ünlülerin orta seviyede bukkal koridor oranına sahip olduğu ve batılı ünlülerden farklı olarak daha az dişin görüldüğü (2. Premolara kadar) bir gülümsemeye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Bu farkın Amerikalıların daha heyecanlı ve geniş bir gülümsemeyi, Çinlilerin ise daha sakin ve huzurlu gülümsemeleri çekici bulmasından kaynaklı, kültürel ve duygusal durum çeşitliliğiyle ilgili olabileceği öne sürülmüştür.

Arroyo-Cruz ve ark.²⁷ Güney Avrupalı diş hekimliği öğrencileri ile sosyal medyada en iyi gülüşe sahip olarak kabul edilen ünlüleri karşılaştırmışlardır. En iyi gülüşe sahip ünlülerde; %20.7 oranında orta hatta sapma,

%15.5 oranında düz gülüş arki, %6.9 oranında gummy smile tespit ettiklerini belirtmişlerdir. Çalışmamızda ünlülerin ünlü olmayanlara göre avantajlı olmasını önlemek amacıyla, literatüre göre dental estetik normlara uymayan gülüşlerin karşılaştırılması yönünde çalışma planlanmıştır. Mevcut çalışmada katılımcıların gülüş estetiği algısı orta hat sapması ve düz gülümseme arki varlığında sosyal medyada tanınırlıktan etkilenirken, gummy smile, diastema ve üst santral çapraşıklık varlığında etkilenmemiştir. Arroyo-Cruz ve ark.²⁷'nin yaptıkları çalışma da mevcut çalışmayla benzer olarak halkın en estetik bulduğu gülüşe sahip ünlülerin her zaman estetik kriterlere uygun olmadığını göstermektedir.

Mevcut çalışmaya göre, orta hat sapması (Tablo 3) ve düz gülümseme arki (Tablo 4) olan ünlülere ait tüm yüz ve ağız bölgesi değerlendirmeleri arasında anlamlı fark varken, ünlü olmayanlara ait tüm yüz ve ağız bölgesi değerlendirmelerinde benzer ilişki olduğu görülmüştür. Bu sonuç katılımcıların ünlülerin ağız bölgesi fotoğrafı değerlendirdiğinde sahip olduğu estetik görüşün, kişinin tüm yüz fotoğrafı gösterildiğinde değiştiğini göstermektedir. Bunun tersine ünlü olmayanlara ait tüm yüz ve ağız bölgesi değerlendirmeleri ise tutarlılık göstermiştir. Ünlü ve ünlü olmayan kişilerin gösterilen fotoğraflarında dental estetik normlar benzer olmasına rağmen, tüm yüz fotoğrafı gösterilen kişilerin tanınır olup olmamasına göre sonuç değişmiştir. Gummy smile, diastema ve üst santral çapraşıklık fotoğraflarının değerlendirilmesinde ise gösterilen fotoğraftaki kişinin tanınır olup olmaması değerlendirmeyi etkilememiştir.

Katılımcıların kişilik özelliklerinin, görsel algıyla ilgili fiziksel ve biyolojik durumlarının (gözle ilgili herhangi bir kusur olmaması) ve değerlendirme sırasındaki psikolojik durumlarının çalışmaya dâhil edilmemesi bu çalışmanın limitasyonlarından biridir. Çalışmanın diğer bir limitasyonu ise sosyal medyada ünlü kişilerin dental estetik normlara uymayan fotoğraflarını bulmada yaşanan zorluk nedeniyle katılımcıların az sayıda ünlüye ait fotoğraf değerlendirmiş olmalarıdır. İleriki çalışmalarda fotoğraf sayıları artırılarak, farklı sosyal medya platformlarının kullanıcı kitlelerinin estetik algıları üzerindeki etkileri değerlendirilebilir.

SONUÇ

Mevcut çalışmanın sonuçları doğrultusunda,

1. Orta hat sapması ve düz gülümseme arki parametrelerinin estetik olarak değerlendirilmesi, değerlendirilen kişinin sosyal medyada tanınır olmasından etkilenmiştir.
2. Gummy smile, diastema ve üst santral çapraşıklık parametrelerinin estetik olarak değerlendirilmesi, değerlendirilen kişinin sosyal medyada tanınır olmasından etkilenmemiştir.

TEŞEKKÜR

Çalışmamıza katkılarından dolayı Mısra Holdur, İrem Yülek, Ayşe Nur Üredi' ye teşekkür ederiz.

KAYNAKLAR

1. Koidou VP, Rosenstiel SF, Rashid RG. Celebrity smile esthetics assessment: Smile angulation. *J Prosthet Dent* 2017;117:636–41.
2. Schabel BJ, McNamara JA, Franchi L, Baccetti T. Q-sort assessment vs visual analog scale in the evaluation of smile esthetics. *Am J Orthod Dentofac Orthop* 2009;135:61–71.
3. Hamamci N, Baaran G, Uysal E. Dental aesthetic index scores and perception of personal dental appearance among Turkish university students. *Eur J Orthod* 2009;31:168–73.
4. Parashar P, Paliwal A, Parekh V, Shingala A, Patel S, Shah J. A Complete analysis of quality of life measure and esthetic component in indore population. *J Int Oral Heal* 2015;7:77–81.
5. Nayak UA, Winnier J, Rupesh S. The relationship of dental aesthetic index with dental appearance, smile and desire for orthodontic correction. *Int J Clin Pediatr Dent* 2009;2: 6–12.
6. Singh H, Maurya RK, Kapoor P, Sharma P, Srivastava D. Subjective and objective evaluation of frontal smile esthetics in patients with facial asymmetry-a comparative cross-sectional study. *Orthod Craniofacial Res* 2017;20:8–20.
7. Krishnan V, Daniel ST, Lazar D, Asok A. Characterization of posed smile by using visual analog scale, smile arc, buccal corridor measures, and modified smile index. *Am J Orthod Dentofac Orthop* 2008;133:515–23.
8. Çelik Ö, Karataş OH, Malkoç S. Görsel analog skala kullanılarak dişeti estetiğinin değerlendirilmesi. *Selcuk Dent J* 2016;3:56–62.
9. Şahin Aycinurt H, Bilgili E. Evaluation of the smile esthetic index of patients in Van Yüzüncü Yıl University Faculty of Dentistry. *Van Med J* 2018;25:360–6.
10. Rodrigues CD, Magnani R, Machado MS, Oliveira OB. The perception of smile attractiveness. *Angle Orthod* 2009;79:634-9.
11. Armalaitė J, Jarutiene M, Vasiliauskas A, Sidlauskas A, Svalkauskiene V, Sidlauskas M et al. Smile aesthetics as perceived by dental students: A cross-sectional study. *BMC Oral Health* 2018;18:1–7.
12. Alhammadi MS, Halboub E, Al-Mashraqi AA, Al-Homoud M, Wafi S, Zakari A, Mashali W. Perception of facial, dental, and smile esthetics by dental students. *J Esthet Restor Dent* 2018;30:415–26.
13. Talic N, Al Omar S, Al Maidhan A. Perception of Saudi dentists and lay people to altered smile esthetics. *Saudi Dent J* 2013;25:13–21.
14. Fredani M. Esthetic rehabilitation in fixed prosthodontics, Esthetic Analysis: A systemic approach to prosthetic treatment. Quintessence Publishing, 2004. p. 34-59.
15. Cruz GA, Varo AO, Luna FM, Jiménez-Castellanos E. Esthetic assessment of celebrity smiles. *J Prosthet Dent* 2021;125:146–50.
16. Ferreira JB, Silva LE, Caetano MTO, Motta AFJ, Cury-Saramago AA, Mucha JN. Perception of midline deviations in smile esthetics by laypersons. *Dental Press J Orthod* 2016;21:51–7.
17. Parrini S, Rossini G, Castorflorio T, Fortini A, Deregibus A, Debernardi C. Laypeople's perceptions of frontal smile esthetics: A systematic review. *Am J Orthod Dentofac Orthop* 2016;150:740–50.
18. Sharma PK, Sharma P. Dental smile esthetics: The Assessment and creation of the ideal smile. *Semin Orthod* 2012;18:193–201.
19. Laus I, Pavicic DK, Brumini M, Perkovic V, Pavlic A, Spalj S. Effects of visual stimuli from media on the perception of dentofacial esthetics. *Acta Stomatol Croat* 2020;54:283–92.
20. Theobald AH, Wong BKJ, Quick AN, Thomson WM. The impact of the popular media on cosmetic dentistry. *N Z Dent J* 2006;102:58–63.
21. Akyazı A. Sosyal medya ve tüketim ilişkisi: Popüler ünlülerin instagram hesapları üzerine bir araştırma. *Trak Üni Sosyal Bilim Derg* 2019;21:93–108.
22. McLeod C, Fields HW, Hechter F, Wiltshire W, Rody W, Christensen J. Esthetics and smile characteristics evaluated by laypersons. *Angle Orthod* 2011;81:198–205.
23. Chen Y, Cheng Y, Cheng H, Yu H. Comparison of smile esthetics among celebrities, dentists, and dental students in a Han Chinese population. *J Prosthet Dent* 2020; 123:845–49.
24. Kokich VO, Kokich VG, Kiyak HA. Perceptions of dental professionals and laypersons to altered dental esthetics: Asymmetric and symmetric situations. *Am J Orthod Dentofac Orthop* 2006;130:141–51.
25. Cotrim ER, Vasconcelos AV, Haddad ACSS, Reis SAB. Perception of adults' smile esthetics among orthodontists, clinicians and laypeople. *Dental Press J Orthod* 2015;20:40-4.
26. Parekh SM, Fields HW, Beck M, Rosenstiel S. Attractiveness of variations in the smile arc and buccal corridor space as judged by orthodontists and laymen. *Angle Orthod.* 2006;76:557–63.
27. Arroyo-Cruz G, Orozco-Varo A, Vilches-Ahumada M, Jiménez-Castellanos E. Comparative analysis of smile aesthetics between top celebrity smile and a Southern European population. *J Prosthet Dent.* 2021 May 19;S0022-3913(21)00167-0. doi: 10.1016/j.prosdent.2021.03.019.
28. Springer NC, Chang C, Fields HW, Beck FM, Firestone AR, Rosenstiel S, Christensen JC. Smile esthetics from the layperson's perspective. *Am J Orthod Dentofac Orthop* 2011; 139, e91–e101.

29.We Are Social & Hootsuite. Digital 2022: Global
Overview Report.
[https://datareportal.com/reports/digital2022global
overview-report](https://datareportal.com/reports/digital2022global-overview-report).

Yazışma Adresi:

Elif Figen KOÇAK

E Posta: efkocak@cu.edu.tr

fgnkocak@gmail.com