

Özgün Araştırma Makalesi

Gülüş Tasarımı Hakkında YouTube Videolarının Değerlendirilmesi

Evaluation of YouTube Videos About Smile Design

Tuğba Temizci 

ÖZET

Amaç: Son dönemde popüler hale gelen, televizyondaki değişim programlarında da sıklıkla adı geçen gülüş tasarımına ilgi giderek artmaktadır. Hastalar merak ettikleri konuyla ilgili bilgiye internet aracılığıyla, özellikle de youtube videoları ile ulaşmaktadır. Bu çalışma gülüş tasarımıyla ilgili YouTube videolarının içeriğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Gereç ve Yöntem: YouTube'da arama çubuğuna 'gülüş tasarımı' yazılarak, çıkan ilk 60 video incelendi. Dahil edilme kriterlerini sağlayan 50 videonun görüntüleme sayısı, video süresi, yüklenmenin üzerinden geçen süre, beğenilme ve beğenilmeme sayısı, yorum sayısı, videoyu kimin yüklediği, etkileşim indeksi ve izlenme sayısı kaydedildi. Videolar kaynaklarına göre sınıflandırıldı. İçerik kalitesini belirlemek için sekiz başlıktan oluşan puan sistemi kullanılarak videolar zayıf, orta, iyi ve zengin içerikli olarak sınıflandırıldı. Veriler Kolmogorov-Smirnov ve Kruskal Wallis testi ile istatistiksel olarak değerlendirildi ($p < 0.05$).

Bulgular: İncelenen videoların kaynaklarına bakıldığında; %64'ü diş hekimi, %20'si protez uzmanı, %16'sı diğer branşlardaki uzman diş hekimleriydi. İncelenen özelliklerin video kaynaklarına göre farklılıkları önemsiz bulundu ($p > 0.05$). Videoların sağladığı bilgi kalitesi değerlendirildiğinde videoların %2'si zengin, %32'si iyi, %30'u orta, %36'sı kötü olarak sınıflandırıldı.

Sonuç: YouTube'da yer alan gülüş tasarımıyla ilgili videoların içeriklerinin %36'sı yetersizdir. Hastaların seçim ve tedavi kararını etkilemede önemli rolü olan Youtube videolarında, doğru bilgiler edinilmesi için konunun uzmanı hekimlerce tarafsız ve kapsamlı bilgi veren kaliteli içerikler üretilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Estetik; Gülümseme; Gülüş tasarımı

ABSTRACT

Aim: Patients reach information about the subject they are curious about via the internet, especially youtube videos. This study aims to evaluate the content of YouTube videos about smile design.

Materials and Method: By typing 'smile design' in the search bar on YouTube, the first 60 videos were reviewed. The number of views, the duration of the video, the time 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 for 50 videos that met the inclusion criteria. Videos were classified according to their source and content quality. The data were statistically evaluated ($p < 0.05$).

Results: Looking at the sources of the examined videos; 64% were dentists, 20% were prosthodontists, and 16% were specialist dentists in other branches. The differences of the examined features according to the video sources were found to be insignificant ($p > 0.05$). When the information quality provided by the videos was evaluated, 2% of the videos were classified as rich, 32% as good, 30% as medium, and 36% as bad.

Conclusion: 36% of the content of the smile design videos on YouTube is insufficient. In Youtube videos, which have an important role in influencing the choice and treatment decision of patients, quality content should be produced by physicians who are experts in the field in order to obtain accurate information.

Keywords: Esthetic; Smile; Smile design

Makale gönderiliş tarihi: 28.11.2022; Yayına kabul tarihi: 27.05.2023

İletişim: Dr. Tuğba Temizci

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Diş Hekimliği Fakültesi, Karaman, Türkiye

E-posta: tugbatemizci@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Diş Hekimliği Fakültesi, Karaman, Türkiye

GİRİŞ

Gülüş tasarımı, gülümsemeyi daha etkili hale getirebilmek, dişlerin daha estetik ve daha doğal görünümü için kişiye özel yapılan tedavi prosedürüdür. Güzel bir gülümseme, diş, dişeti, dudak ve yüz arasındaki hareketli ve dinamik uyumla ilişkilidir.

Gülüş tasarımı yaparken dişlerin boyutu, konumu, şekli, dişetinin sağlığı, görünürlüğü, dudak desteği, materyal seçimi gibi pek çok parametreye bakılır. Planlanan işleme, endikasyona uygun olarak zirkonyum, cam seramik, kompozit gibi materyaller kullanılabilir. Laminat veneer uygulaması özellikle anterior dişlerde çapraşıklık, renk değişikliği ve malformasyonlar gibi problemlerin giderilmesinde kullanılır.¹⁻³ Konservatif bir tedavi olması, minimal işlem gerektirmesinden dolayı gülüş tasarımı yaparken de en çok tercih edilen uygulamalardan biridir.⁴⁻⁶

Günümüzde, bilgisayar ve akıllı telefonlar sayesinde internet kullanımı artmış ve merak edilen bir konu hakkında bilgi edinmek çok kolaylaşmıştır. Bu durum sağlık profesyonellerini de internette hastaların doğru bilgilendirilip bilgilendirilmediğini değerlendirmek için çalışma yapmaya yönlendirmiştir. Örneğin hipertansiyon, diyabet, romatoid artrit gibi pek çok hastalıkla ilgili YouTube videolarını inceleyen çalışmalar yapılmıştır.^{7,8} Dünyada olduğu gibi Türkiyede'de de en popüler video paylaşım sitesi YouTube'dur. Bu platformda her gün yaklaşık 65.000'den fazla yeni videonun yüklendiği ve 100 milyon videonun izlendiği bilinmektedir.⁹ Özellikle sağlık, estetik ve dental uygulamalarla ilgili bilgi edinmek amacıyla YouTube oldukça sık ziyaret edilmektedir.¹⁰ Sosyal medyadaki bilgi yoğunluğu ve karmaşıklığı sebebiyle kullanıcılar videoların içeriğinin kalitesini ve doğruluğunu ayırt edemeyebilir. Bu karmaşa hastaların ve hekimlerin tedavi sürecini etkileyebilir.¹¹

Son dönemde çok popüler hale gelen televizyondaki değişim programlarında da çok bahsedilen gülüş tasarımına ilgi giderek artmaktadır. Bu sebeple günümüzde de çok araştırılan ve merak edilen bir konu haline gelmiştir. Ancak yapılan literatür taramasında bu konudaki videoların bilgi içeriğini analiz eden bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Bu çalışmanın amacı, gülüş tasarımı ile ilgili yayınlanan videoların içeriğinin kalitesinin değerlendirilmesidir. Başlangıç hipotezi ise bu videoların sunduğu

bilgi içeriğinin çoğunlukla zayıf bulunacağı ve zayıf seviyede bilgi içeriğine sahip videoların izlenme oranının da düşük olacağı yönündedir.

GEREÇ VE YÖNTEM

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

Çalışmanın başında Google Trends uygulaması kullanılarak, internet platformunu kullanan kişilerin en çok kullandığı kelimeler araştırıldı ve Türkiye genelinde son dönemde estetik gülümseme için en fazla aranan terimin "gülüş tasarımı" olduğu tespit edildi.

10 Kasım 2022 tarihinde YouTube'da (www.youtube.com) varsayılan ayarlar kullanılarak (herhangi bir arama filtresi kullanılmadan) arama çubuğuna 'gülüş tasarımı' kelimesi Türkçe karakterli olarak yazıldı ve çıkan ilk 60 video incelendi.

Sadece Türkçe olan videolar değerlendirildi. Ses ve görüntü kalitesi iyi olmayan, açıklama içermeyen, 30 dk'dan uzun süren videolar ve YouTube kaynaklı reklamlar çalışmaya dâhil edilmedi. 60 video arasından kriterleri sağlayan 50 video analiz edildi. Videoların her biri için başlık ve URL bilgisi, video uzunluğu (dk olarak), yüklenme tarihinden bugüne kadar geçen zaman (gün olarak), yüklemeyi kimin gerçekleştirdiği, görüntülenme sayısı, beğeni ve beğenmeme sayısı, yorum sayısı kaydedildi.

İzleyicilerin etkileşim indeksi ve görüntülenme oranı şu formüllere göre hesaplandı.¹²

Etkileşim indeksi (%) = Beğenilme sayısı – Beğenilmeme sayısı / İzlenme sayısı × 100

Görüntülenme oranı (%) = Görüntülenme sayısı / yüklenmesinden bu yana geçen gün sayısı × 100

Videoların içerik kalitesi 8 farklı parametreye bakılarak değerlendirildi. Dişler, dişeti, dudak konumlandırma, mock up uygulaması, materyal seçimi, dijital işlemler, süre, maliyet ile ilgili bilgilerin bulunması açısından değerlendirildi. Videoların içeriklerine, bu başlıklardan her biriyle ilgili bilgi olup olmamasına göre puan verildi. Her bir başlığa 1 puan verildi, toplam puan 0-8 arasında değişti. 0-2 puan alanlar zayıf, 3-4 alanlar orta, 5-6 alanlar iyi, 7-8 alanlar zengin içerikli olarak belirlendi. Video kaynakları da, yükleyicilere göre sınıflandırıldı.

BULGULAR

Verilerin analizi için SPSS 23 istatistik paket programından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında verilerin normal dağılımı Kolmogorov-Smirnov testi ile hesaplanmıştır. 50 videonun incelendiği çalışmada, karşılaştırma analizleri için Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Analizlerin istatistiksel olarak anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ 'ti.

Videoların incelenen özelliklerinin sağladığı bilgi kalitesi bakımından karşılaştırmasında (Kolmogorov-Smirnov testi), beğenmeme dışındaki incelenen tüm unsurlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p < 0.05$) (Tablo 1).

Verilerin ortalama standart sapma ve minimum maksimum değerleri hesaplanmıştır. Videoların genel istatistikleri Tablo 2'de sunulmaktadır. Videoların ortalama görüntülenme sayısı 6298.08 ± 9436.949 'dur. Ortalama video beğenme değeri 32.2 ± 50.979 iken beğenilmeme değeri sıfırdır. Ortalama yorum sayısı 3.88 ± 9.991 'dir. Ortalama video uzunluğu 5.26 ± 4.49 saniyedir. Yükleme sonrası geçen gün sayısı ortalaması 876.12 ± 808.035 'dir. Ortalama Etkileşim indeksi 0.848 ± 0.869 'dur. Ortalama İzlenme oranı 1002.35 ± 1721.163 'tür. Ortalama İçerik analiz puanı 3.48 ± 1.693 'tür.

Tablo 1. Normalite testi (Kolmogorov-Smirnov) sonuçları

Kolmogorov Smirnov	İstatistik	sd	Önemlilik
Görüntüleme sayısı	0.274	50	0.000
Beğenme	0.264	50	0.000
Beğenmeme*	-	-	-
Yorum sayısı	0.349	50	0.000
Video uzunluğu	0.157	50	0.000
Yükleme sonrası geçen gün sayısı	0.232	50	0.000
Etkileşim indeksi	0.177	50	0.000
İzlenme oranı	0.281	50	0.000
İçerik analiz puanı	0.169	50	0.001

$p < 0.05$. *: Beğenmeme değeri incelenen tüm videolarda 0'dır.

Tablo 2. Videoların Genel İstatistikleri

	n	max	min	ort	ss
Görüntüleme sayısı	50	39000	1	6298.08	9436.949
Beğenme	50	229	0	32.2	50.979
Beğenmeme*	50	0	0	0	0
Yorum sayısı	50	54	0	3.88	9.991
Video uzunluğu	50	18.82	0.5	5.26	4.49
Yükleme sonrası geçen gün sayısı	50	4015	1	876.12	808.035
Etkileşim indeksi	50	4.762	0	0,848	0.869
İzlenme oranı	50	8219.17	5.2	1002.35	1721.163
İçerik analiz puanı	50	7	1	3.48	1.693

*: Beğenmeme değeri incelenen tüm videolarda 0'dır.

Tablo 3. Videoların Sağladığı Bilgi Kalitesi Bakımından Karşılaştırılması (Kruskal Wallis Testi)

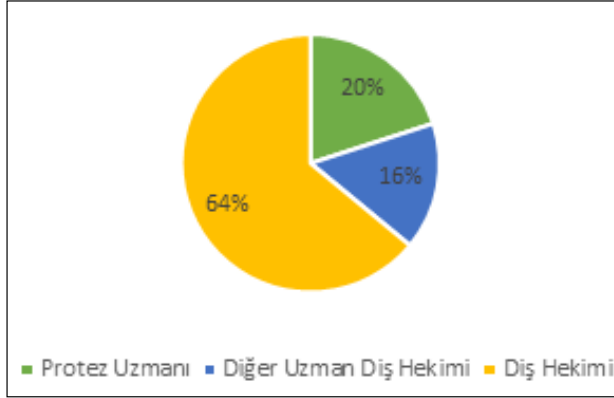
	Zengin (n=1)			İyi (n=16)			Orta (n=15)			Kötü (n=18)			p değeri				
	min	max	ort	ss	min	max	ort	ss	min	max	ort	ss		min	max	ort	ss
Görüntüleme sayısı	5500	5500	5500	-	168	17000	4285.25	5312.57	41	39000	8896.6	14174.79	1	25000	5966.17	7509.68	0.893
Beğenme	35	35	35	-	0	129	28.25	34.76	0	229	50.13	79.52	0	99	20.61	27.87	0.615
Beğenmeme	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.00
Yorum sayısı	9	9	9	-	0	15	2.13	3.91	0	54	8.2	16.96	0	12	1.56	3.26	0.259
Video uzunluğu	4.48	4.48	4.48	-	1.22	18.82	8.70	4.42	1.28	14	5.16	4.12	0.5	10.22	2.33	2.58	0.000
Yükleme sonrası geçen gün sayısı	730	730	730	-	150	4015	957.69	1001.77	120	3285	883.33	870.59	1	2190	803.94	599.08	0.988
Etkileşim indeksi	0.64	0.64	0.64	-	0	4.76	1.22	1.17	0	2.22	0.79	0.61	0	2.47	0.58	0.66	0.254
İzlenme oranı	753.42	753.42	753.42	-	23.01	2328.76	654.5	742.83	22.77	8219.17	1385.46	2423.68	5.2	7407.4	1006.12	1722.54	0.959
İçerik analiz puanı	7	7	7	-	5	6	5.31	0.48	3	4	3.53	0.52	1	2	1.61	0.50	0.00

p<0.05 *: Beğenme değeri incelenen tüm videolarda 0'dir.

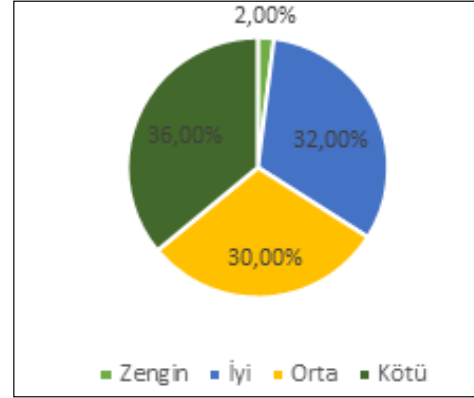
Tablo 4. Videoların Kaynakları Bakımından Karşılaştırılması (Kruskal Wallis Testi)

	Protez Uzmanı (n=10)			Diğer Uzman Dış Hekimi (n=8)			Diş Hekimi (n=32)			p değeri			
	min	max	ort	ss	min	max	ort	ss	min		max	ort	ss
Görüntüleme sayısı	88	15000	2940.1	4439.92	168	20000	8604.63	7192.36	1	39000	6770.81	10868.3	0.202
Beğenme	0	129	33.2	41.12	1	99	27.5	34.5	0	229	33.05	57.81	0.779
Beğenmeme*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.000
Yorum sayısı	0	7	1.2	2.30	0	2	0.63	0.91	0	54	5.53	12.17	0.382
Video uzunluğu	0,9	18.817	7.07	5.50	0.77	10.22	5.64	3.54	0.5	15.47	4.60	4.33	0.303
Yükleme sonrası geçen gün sayısı	210	2190	933.5	687.40	150	4015	1086.25	1266.61	1	3285	805.66	717.64	0.823
Etkileşim indeksi	0	2.215	1.277	0.750	0.012	4.76	0.95	1.58	0	2.47	0.69	0.62	0.091
İzlenme oranı	5.2	1027.397	390.342	428.521	23.013	7407.4	1642.58	2454.84	11.09	8219.17	1033.54	1743.79	0.452
İçerik analiz puanı	1	6	4.4	1.713	2	6	3.75	1.67	1	7	3.13	1.62	0.090

p<0.05 *: Beğenme değeri incelenen tüm videolarda 0'dir.



Şekil 1. Video içeriğinin kaynağına ait grafik



Şekil 2. Video içeriğinin bilgi kalitesine ait grafik

İncelenen videoların kaynaklarına bakıldığında; %64'  diş hekimini, %20'si protez uzmanı, %16'sı diğ er branşlardaki uzman diş hekimleridir (Şekil 1). Videoların sağladığı bilgi kalitesi değerlendirildiğinde videoların %2'si zengin, %32'si iyi, %30'u orta, %36'sı kötü olarak sınıflandırılmıştır (Şekil 2).

Videoların sağladığı bilgi kalitesi bakımından karşılaştırılmasında (Kruskal Wallis Testi) iyi orta ve kötü olmak üzere 3 grup oluşturulmuştur. İncelenen parametrelerden sadece video uzunluğu ve içerik analiz puanları arasındaki farklılıklar gruplar düzeyinde  nemliyen diğ erleri önemsiz bulunmuştur ($p>0.05$) (Tablo 3).

Videoların incelenen özelliklerinin, kaynaklarının karşılaştırılmasında (Kruskal Wallis Testi) incelenen tüm unsurlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($p>0.05$), başka bir ifadeyle incelenen özelliklerin video kaynaklarına göre farklılıkları önemsizdir (Tablo 4).

TARTIşMA

Son dönemde oldukça popüler olan gülüş tasarımı internette en çok araştırılan diş hekimliği uygulamalarından biridir. Literatürde bu konuyla ilgili videoların içeriğini değerlendiren bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmada gülüş tasarımı dikkat edilmesi gereken konu başlıkları belirlenerek YouTube'da yer alan konuyla ilgili videoların içerik kalitesi değerlendirilmiştir.

Videoların sağladığı bilgi kalitesi değerlendirildiğinde videoların %2'si zengin, %32'si iyi, %30'u orta, %36'sı kötü olarak sınıflandırılmıştır. Video içeriklerinin çoğunlukla zayıf bulunacağı hipotezi kabul edil-

miştir. Bilgi kalitesi bakımından kötü içeriğe sahip videoların izlenme oranının da daha düşük olacağı yönündeki başlangıç hipotezi ise reddedilmiştir.

Videoların doğru seçimi için anahtar kelime, konuyla ilgili en çok aranan ve yaygın olan terminoloji, Google Trends uygulaması kullanılarak belirlenmiştir.¹³

Videoları "video süresi", "yükleme tarihi", "görüntüleme sayısı" na göre sıralamak için çeşitli filtreler kullanılmaktadır. Bu  alışmada, YouTube araması için "alaka düzeyine göre sırala" varsayılan filtre olarak seçilmiştir. Genel halk tarafından ve yapılan çalışmalarda en yaygın kullanılan filtreleme seçeneği budur.¹⁴

YouTube kullanıcıları, hangi videonun doğru ve güvenilir bilgi içerdiğini bilmeden veya ayırt etmeden eriştiği videoları izler.¹⁵  nk  internet kullanıcıları için internet aracılığı ile ulaşılan bilgilerin doğruluğunu belirlemek kolay değildir.¹⁶ Yapılan bir çalışmada, internet kullanıcılarının %86'sının, sağlık alanında internet yolu ile ulaştıkları bilgilerin doğruluğuna güvendiği ve %64'ünün bu bilgilerin tedavi seçimini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.¹⁷ Yaptığımız  alışma bulgularına göre videoların yararlılık grupları ve görüntülenme sayıları arasında istatistiksel olarak bir fark bulunmaması, kullanıcıların videoların içeriklerinin ne kadar doğru ve güvenilir bilgilere yer verildiğinin farkında olmadan izlediğini göstermektedir.

Araştırmalar, uzun videoların içerikleri iyi olsa bile, bir süre sonra izleyenlerin dikkatinin dağıldığını, YouTube ortamında kalış s resinin genellikle 30 dk ve aşağısında olduğunu göstermektedir.^{17,18} Bu sebeple çalışmaya 30 dk'dan uzun olan videolar dahil edilmemiştir.

Çalışmaya dahil edilen videolar 2012 ve 2022 yılları arasında Youtube'a yüklenmiştir. Videoların çoğu son 3 yılda paylaşılmıştır. Bu sonuç, internet kullanımının artması, gü-lüş tasarımına ilginin artması ve içerik üreticilerinin artması ile ilişkilendirilebilir.

Bireylerin oldukça sık başvurduğu YouTube platformunda, maalesef bilginin doğruluğunu denetleyen bir mekanizma mevcut değildir. Bu nedenle bu videoların incelenmesi ve denetlenmesinin gündeme gelmesi açısından bu tür çalışmaların gerekli olduğu düşünülmektedir. YouTube video platformunda gü-lüş tasarımı hakkında pek çok önemli parametreden bahsedilmediği ya da orta derecede bahsedildiği görülmektedir. İncelenen videolardan hiçbirinin en yüksek puan olan 8 alamaması da bu durumu kanıtlamaktadır.

YouTube'da çevrim içi arama yapan kullanıcıların %95'inin ilk 60 videoyu izlediği ve ilk 5 sayfadan sonra izlemeye devam etmediği bilinmektedir.¹⁹ Her geçen gün yeni içeriklerde videoların yüklenmesi ve bu yüklemelerin ücretsiz olması oldukça fazla video ile karşılaşmamıza yol açmaktadır bu sebeple kullanıcıların da tüm videoları izlemeleri olası görülmemektedir. Bizim çalışmamızda da konuyla ilgili 60 video değerlendirilmiştir.

Videoların bilgi içeriğinin değerlendirilmesinde kullanılan parametreler, literatürde gü-lüş tasarımıyla ilgili güncel derlemeler dikkate alınarak ve daha önce yapılmış çalışmalarda kabul gören ve kullanılan kriterlerden yararlanılarak oluşturulmuştur.²⁰⁻²⁴

Günümüzde teknoloji ve internetin günlük hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olduğu, hatta birkaç yıl içinde bilgi toplamada temel kaynağın internet olacağı düşünülmektedir. Bu sebeple, dijital platformlarda kaliteli videolara erişimin sağlanması çok önemlidir.^{20,21,25,26} Bugüne kadar yapılmış dental konularla ilişkili YouTube video analiz çalışmalarında bazı araştırmacılar dental konularla ilişkili YouTube videolarının bilgi içerik kalitesinin yeterli olduğunu bildirirken,^{18,19} bazı çalışmalar ise yetersiz olduğunu bildirmektedir.^{12,20,22,27} Bu çalışmada da videoların %36'sının içeriğinin yetersiz olduğu görülmüştür.

Özmen yaptığı Youtube çalışmasında videoların yeterli bilgi vermediğini, videoların kaynaklarının da anlamlı olmadığını bulmuştur.²⁸ Benzer şekilde Gökay ve ark.¹⁴ da yaptıkları çalışmada video içeriklerini eksik bulmuşlardır.

Dijitalleşen dünyada, sağlık ve sağlık prosedürleri hakkında bilgi arayan hastalar için YouTube gibi video paylaşım siteleri oldukça popüler hale gelse de platforma konulan bilgi ve videolar bilimsel bir filtreleme yapılmadan oluşturulduğu için hastalara eksik ve yanlış bilgi verebilir.²⁹ Kaliteli ve yeterli bilgi konusunda netlik olmasa da hastalar bilgi edinebilme arayışıyla YouTube'u bilgi kaynağı olarak kullanmaya devam edeceklerdir.³⁰ Bu nedenle profesyonel kişiler, sağlık sorunları için internet kullanımının artışını dikkate alarak daha fazla araştırmalar yapmalıdır.

YouTube'da farklı anahtar kelimeler kullanıldığında farklı sonuçlar elde edilmesi ve zamana bağlı olarak içeriğin değişkenlik göstermesi bu çalışmanın limitasyonlarıdır.

SONUÇ

İnternet kullanıcıları, sağlık ile ilgili konularda internetten edindikleri bilgileri kullanırken oldukça dikkatli olmalıdırlar. Bu çalışma, YouTube platformunda gü-lüş tasarımıyla ilgili videoların içeriklerinin %36'sının yetersiz olduğunu göstermektedir.

Hastaların seçim ve tedavi kararını etkilemede önemli rolü olan Youtube videolarında, doğru bilgiler edinilmesi için konunun uzmanı hekimlerce tarafsız ve kapsamlı bilgi veren kaliteli içerikler üretilmelidir.

KAYNAKLAR

1. Erkun HF, Güngör MB, Yılmaz H. Porselen laminate veneerler. Atatürk Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi 2016;16:170-83.
2. Calamia JR. Etched porcelain facial veneers: a new treatment modality based on scientific and clinical evidence. NY J Dent 1983;53:255-9.
3. Horn HR. A new lamination: porcelain bonded to enamel. NY State Dent J 1983;49:401-3.
4. Morita RK, Hayashida MF, Pupo YM, Berger G, Reggiani RD, Betiol EAG. Minimally invasive laminate veneers: Clinical aspects in treatment planning and cementation procedures. Case Rep Dent 2016; Article ID 1839793.
5. Radz GM. Minimum thickness anterior porcelain restorations. Dental Clin N Am 2011;55:353-70.
6. Nobrega AS, Silva Signoreli AF, Quinelli Mazzaro JV, Zavanelli RA, Zavanelli AC. Minimally invasive preparations: Contact lenses. J Adv Clin Res Insights 2015;2:176-9.
7. Garg N, Venkatraman A, Pandey A, Kumar N. YouTube as a source of information on dialysis: a content analysis. Nephrology 2015;20:315-20.

8. 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;8:481-90.
9. Alpaydın MT, Buyuk SK, Canigur Bavbek N. Information on the Internet about clear aligner treatment an assessment of content, quality, and readability. J Orofac Orthop 2022;83:1-12.
10. 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;4:1-5.
11. Madathil KC, Rivera-Rodriguez AJ, Greenstein JS, Gramopadhye AK. Healthcare information on YouTube: A systematic review. Health Informatics J 2015;21:173-94.
12. Hassona Y, Taimeh D, Marahleh A, Scully C. YouTube as a source of information on mouth (oral) cancer. Oral Dis 2016;22:202-8.
13. Ayrancı F, Buyuk S, Kahveci K. Are YouTube videos a reliable source of information about genioplasty? J Stomatol Oral Maxillofac Surg 2021;122:39-42.
14. Deste Gökay G., Görürgöz C, Doğanay Yıldız E. Temporomandibular Disfonksiyon ile İlgili Türkçe Youtube™ Videolarının İçerik Değerlendirilmesi: Kesitsel Çalışma. Türkiye Klinikleri Journal of Dental Sciences 2022;28:31-40.
15. Nason GJ, Tareen F, Quinn F. Hydrocele on the web: an evaluation of Internet-based information. Scand J Urol 2013;47:152-7.
16. Morr S, Shanti N, Carrer A, Kubeck J, Gerling MC. Quality of information concerning cervical disc herniation on the Internet. Spine J 2010;10:350-4.
17. Lena Y, Dindaroglu F. Lingual orthodontic treatment: a YouTube video analysis. Angle Orthod 2017;88:208-14.
18. Arklan Ü, Kartal NZ. Y kuşağının içerik tüketicisi olarak Youtube kullanımı: kullanım amaçları, kullanım düzeyleri ve takip edilen içerikler üzerine bir araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 2018;6:929-64.
19. 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;25:35-44.
20. Yılmaz H, Aydın M. YouTube™ video content analysis on space maintainers. J Indian Soc Pedod Prev Dent 2020;38:34-40.
21. Menziletoglu D, Guler AY, Isik BK. Are YouTube videos related to dental implant useful for patient education? J Stomatol, Oral Maxillofac Surg 2020;121:661-4.
22. Topsakal KG, Aksoy M, Akbulut AS. Çocuklara Uygulanan Ortodontik Tedavilere İlişkin Youtube Videolarının İçeriklerinin Değerlendirilmesi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Diş Hekimliği Dergisi 2021;3:108-14.
23. Sabbah A. Smile Analysis: Diagnosis and Treatment Planning. Dental Clinics 2022;66:307-41.
24. Uslu YŞ, Aykor AA. Kişiye özgü dijital gülüş tasarımı. Benderli Gökçe Y, editör. Restoratif Diş Hekimliği Kapsamındaki İndirekt Restorasyonlar ve Bu Alanda Dijital Uygulamaların Yeri ve Önemi. 1. baskı. Ankara: Türkiye Klinikleri; 2020. s.30-7.
25. Yavuz MC, Buyuk SK, Genc E. Does YouTube™ offer high quality information? Evaluation of accelerated orthodontics videos. Ir J Med Sci 2020;189:505-9.
26. Gaş S, Zincir Ö, Bozkurt AP. Are YouTube videos useful for patients interested in botulinum toxin for bruxism? J Oral Maxillofac Surg 2019;77:1776-83.
27. Pons-Fuster E, Ruiz Roca J, Tvarijonaviciute A, López-Jornet P. YouTube information about diabetes and oral healthcare. Odontology 2020;108:84-90.
28. Özmen EE. YouTube™da Yer Alan Ortognatik Cerrahi Hakkındaki Videoların Değerlendirilmesi: Metodolojik Çalışma. Türkiye Klinikleri J Dental Sci 2023;29:209-15.
29. Nason K, Donnelly A, Duncan HF. YouTube as a patient-information source for root canal treatment. Int Endod J 2016;49:1194-200.
30. Boston M, Ruwe E, Duggins A, Willging JP. Internet use by parents of children undergoing outpatient otolaryngology procedures. Arch Otolaryngol Head Neck Surg 2005;131:719-22.