

Bölüm 2

SOSYAL MEDYANIN ORTODONTİ HASTALARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Derya DURSUN¹

Zehra YALDIZ²

GİRİŞ

Günümüz çevrimiçi dünyasında en yaygın kullanılan sözcüklerden biri “sosyal medya”dır. Sosyal medya, kullanıcılar arasındaki iş birliğini kolaylaştıran web tabanlı siteler ve hizmetleri kapsar. Sosyal medya için katı bir sınıflandırma sistemi olmamasına rağmen, bazı tartışmasız kategoriler vardır. Bunlar arasında sosyal ağlar, blog oluşturma, mikroblog oluşturma, içerik paylaşımı, ürün ve hizmet incelemeleri bulunur. Tüm sosyal medya türlerinin ortak yönü ise kullanıcı iş birliğidir.

Sosyal medya, dinamik ve etkileşimli olarak iletişim ve bilgi paylaşımı için bir yol sunar. İnsanlar deneyimlerini, düşüncelerini, duygularını ve fikirlerini gerçek zamanlı olarak ifade edebilir ve bunları diğer sosyal medya kullanıcıları ile paylaşabilirler.

Modern sağlık hizmetlerinde, sosyal medya hem profesyoneller hem de hastalar için giderek daha önemli hale gelmiştir. Hastalar, kendi kişisel tedavileriyle ilgili deneyimlerini veya mevcut tedavi seçenekleri hakkındaki görüşlerini paylaşabilirler. Bugün, dünya nüfusunun önemli bir kısmının sağlık hizmetleri bilgileri sağlayan çok sayıda internet sitesine ve sosyal medya platformuna erişimi vardır. Son anketlerde, internet kullanıcılarının %80’inin çevrimiçi sağlık bilgilerine eriştikleri rapor edilmiştir.^(1,2)

Öte yandan internet modern yaşam süresinde büyük bir yer kaplar; telefon, televizyon, kağıt posta, radyo ve gazeteler dahil olmak üzere çoğu geleneksel iletişim medyası, e-posta, internet telefonu, internet televizyonu, çevrimiçi müzik, dijital müzik gibi yeni hizmetleri doğuran internet tarafından yeniden tanım-

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, d_dursun83@hotmail.com

² Dr Öğrencisi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, zyaldiz96@gmail.com

SONUÇLAR

YouTube, Facebook veya Twitter gibi sosyal platformların popülaritesi kısmen katılımcı yapılarının doğal bir sonucudur. Kullanıcılar geniş bir kitleye ulaşırken bilgi sunabilir, geri bildirim alabilir ve bilgi aktarabilirler. Bilgi aktarımı anında ve kolaydır.

Sağlık hizmeti sağlayıcıları için internet çeşitli tedavi stratejileri ve modaliteleri hakkında kanıta dayalı bilgiler sergilemek ve böylece genel olarak daha iyi sağlık okuryazarlığını teşvik etmek ama aynı zamanda özellikle ortodonti için büyük bir fırsat sunar.^(48,49) Bu yönü, Al-Silwadi ve arkadaşları tarafından yürütülen ve hastaların sabit tedavileri hakkındaki bilgilerinin, video paylaşımlı sosyal internet sitesi YouTube aracılığıyla görsel-işitsel bilgilerin sunulmasıyla önemli ölçüde geliştirildiğini gösteren çalışma ile desteklenmiştir. Hastalar yalnızca profesyonel, kanıta dayalı ifadelerden değil, aynı zamanda diğer hastaların görüş ve deneyimlerinden de etkilenebilir.⁽⁴¹⁾ Hastalar veya gelecekteki potansiyel hastalar, internette bilgi aradıklarında, kanıta dayalı değil, endüstri veya deneyim odaklı yanıltıcı bilgiler de bulabilirler. Almanya'da sağlık hizmetleri bilgilerinin alınmasıyla ilgili, çoğu kullanıcının, internette sağlık hizmeti konularıyla ilgili⁽⁵⁰⁾ bilgilere ulaşabilmekten memnun olduklarını fakat bilgileri sıklıkla kafa karıştırıcı, tutarsız ve potansiyel olarak güvenilmez bulduklarını ortaya çıkarmıştır⁽⁴⁰⁾. Bu potansiyel sakıncalar, kullanıcıların güvenilir ve kanıta dayalı bilgilere kolayca erişip kolayca ayırt edebilmeleri ile azaltılabilir.⁽⁵⁰⁾ Bu, hem ortodontistlere hem de ilgili meslek birimlerine, hastaları çeşitli tedavi seçeneklerinin potansiyel yararları ve riskleri hakkında bilgilendirmek için; bir platform olarak sosyal medyanın kayda değer gücü ve kapsamından yararlanmaları adına bir çağrıdır.

KAYNAKLAR

1. Hesse BW, Moser RP, Rutten LJE, Kreps GL. The health information national trends survey: research from the baseline. J Health Commun. 2006;11:vii-xvi.
2. Atkinson N, Saperstein S, Pleis J. Using the internet for health-related activities: findings from a national probability sample. J Med Internet Res. 2009;11:e4.
3. Pricewaterhouse Coopers (PwC) Health Research Institute. (2012) Social media "Likes" healthcare. From marketing to social business. <https://www.pwc.com/us/en/health-industries/health-research-institute/publications/pdf/health-care-social-media-report.pdf> (30 April 2012, date last accessed).
4. Thaker, S.I., Nowacki, A.S., Mehta, N.B. and Edwards, A.R. (2011) How U.S. hospitals use social media. Annals of Internal Medicine, 154, 707-708.

5. Verasoni Worldwide. (2011) Hospitals & Facebook: a case study. <https://www.prnewswire.com/news-releases/hospitals-missing-opportunities-on-facebook-results-of-first-ever-study-on-how-hospitals-use-face-book-117080303.html> (27 February 2011, date last accessed).
6. Zachrisson, B.U. (1974) Oral hygiene for orthodontic patients: current concepts and practical advice. *American Journal of Orthodontics*, 66, 487–497.
7. Sinha, P.K., Nanda, R.S. and McNeil, D.W. (1996) Perceived orthodontist behaviors that predict patient satisfaction, orthodontist-patient relationship, and patient adherence in orthodontic treatment. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics*, 110, 370–377.
8. Bartsch, A., Witt, E. and Marks, M. (1995) The influence of information and communication in the orthodontic consultation and treatment visit. II. The communication style and compliance. *Journal of Orofacial Orthopedics/Fortschritte der Kieferorthopädie*, 56, 7–15.
9. Mehra T, Nanda RS, Sinha PK. Orthodontists' assessment and management of patient compliance. *Angle Orthod* 1998;68:115-22.
10. Sinha PK, Nanda RS. Improving patient compliance in orthodontic practice. *Semin Orthod* 2000;6:237-41.
11. Brattström V, Ingelsson M, Aberg E. Treatment co-operation in orthodontic patients. *Br J Orthod* 1991;18:37-42.
12. Thomson AM, Cunningham SJ, Hunt NP. A comparison of information retention at an initial orthodontic consultation. *Eur J Orthod* 2001;23:169-78.
13. Srai J, Petrie A, Ryan F, Cunningham SJ. The effect of information provision on anxiety in adolescent orthodontic patients. *Am J Orthod Dentofacial Orthop* 2013;144:505-11.
14. Knösel M, Jung K. Informational value and bias of videos related to orthodontics screened on a video-sharing Web site. *Angle Orthod* 2011;81:532-9.
15. Babamiri K, Nassab RS. The availability and content analysis of melanoma information on YouTube. *Plast Reconstr Surg*. 2010;126:51e–52e.
16. Lange JE, Daniel J, Homer K, Reed MB, Clapp JD. Salvia divinorum: effects and use among YouTube users. *Drug Alcohol Depend*. 2010;108:138–140.
17. Bizzi I, Ghezzi P, Paudyal P (2017) Health information quality of websites on periodontology. *J Clin Periodontol* 44:308–314
18. 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;148:231–237.
19. Lena Y, Dindaroğlu F. Lingual orthodontic treatment: a YouTube video analysis. *Angle Orthod*. 2017;88:208–214.
20. Green B, Hope A. Promoting clinical competence using social media. *Nurse Educ*. 2010;35:127–129.
21. Vance K, Howe W, Dellavalle RP. Social Internet sites as a source of public health information. *Dermatol Clin*. 2009;27: 133–136.
22. Keelan J, Pavri-Garcia V, Tomlinson G, Wilson K. YouTube as a source of information on immunization: a content analysis. *JAMA*. 2007;298:2482–2484.

23. Cihan M., Kutalmış S., Genç Esra. Does YouTube™ offer high quality information? Evaluation of accelerated orthodontics videos. Irish Journal of Medical Science, 2020 May;189(2):505-509, doi:10.1007/s11845-019-02119-z.
24. Hassona Y, Taimeh D, Marahleh A, et al. (2016) YouTube as a source of information on mouth (oral) cancer. Oral Dis 22:202–208
25. Singh AG, Singh S, Singh PPJ (2012) YouTube for information on rheumatoid arthritis–a wakeup call? Rheumatol 39:899–903
26. Carneiro B, Dizon DS (2019) Prostate cancer social media: In YouTube We Trust? Eur Urol 75:568–569
27. Oremule B, Patel A, Orekoya O et al. (2019) Quality and reliability of YouTube Videos as a source of patient information on rhinoplasty. JAMA Otolaryngol Head Neck Surg 145:282–2873
28. ElKarmi R, Hassona Y, Taimeh D (2017) YouTube as a source for parents' education on early childhood caries. Int J Paediatr Dent 27: 437–443
29. Hegarty E, Campbell C, Grammatopoulos E, et al. (2017) YouTube™ as an information resource for orthognathic surgery. J Orthod 44:90–96
30. Üstdal G., Üstdal A. YouTube as a source of information about orthodontic clear aligners. Angle Orthod. 2020 May 1;90(3):419-424. doi: 10.2319/072419-491.1
31. Noll, D., Mahon, B., Shroff, B., Carrico, C. and Lindauer, S.J. (2017) Twitter analysis of the orthodontic patient experience with braces vs Invisalign. Angle Orthodontist, 87, 377–383.
32. Henzell, M., Knight, M.A., Morgaine, K.C., Antoun, J.S. and Farella, M. (2014) A qualitative analysis of orthodontic-related posts on Twitter. Angle Orthodontist, 84, 203–207.
33. Chan, A., Antoun, J.S., Morgaine, K.C. and Farella, M. (2017) Accounts of bullying on Twitter in relation to dentofacial features and orthodontic treatment. Journal of Oral Rehabilitation, 44, 244–250.
34. Al-Moghrabi, D., Johal, A. and Fleming, P. (2017) What are people tweeting about orthodontic retention? A cross sectional content analysis. American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics, 152, 516–522.
35. Wikipedia. Instagram. Available at: <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Accessed March 15, 2019.
36. Blight MG, Ruppel EK, Schoenbauer KV. Sense of community on Twitter and Instagram: exploring the roles of motives and parasocial relationships. Cyberpsychol Behav Soc Netw 2017; 20:314-9.
37. Lee E, Lee JA, Moon JH, Sung Y. Pictures speak louder than words: motivations for using Instagram. Cyberpsychol Behav Soc Netw 2015;18:552-6.
38. Graf I, Gerwing H., Hoefer K. Am J Orthod Dentofacial Orthop.2020 Aug;158(2):221-228.doi: 10.1016/j.ajodo.2019.08.012. Epub 2020 Jun 20.
39. Mayring P. Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagenund Techniken. Weinheim, Germany: Beltz Pädagogik; 2010.
40. Das Internet MG. Auch Ihr Ratgeber für Gesundheitsfragen? Bev- oölkerungsumfrage zur Suche von Gesundheitsinformationen im Internet und zur Reaktion der Ärzte: (Article in German). Gütersloh, Germany: Bertelsmann Stiftung; 2018.

41. Livas C, Delli K, Ren Y. Quality evaluation of the available Internet information regarding pain during orthodontic treatment. *Angle Orthod* 2013;83:500-6.
42. Fox J, Vendemia MA. Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychol Behav Soc Netw* 2016;19:593-600.
43. Lee R, Hwang S, Lim H, Cha JY, Kim KH, Chung CJ. Treatment satisfaction and its influencing factors among adult orthodontic patients. *Am J Orthod Dentofacial Orthop* 2018;153:808-17.
44. Jaeken K, Cadenas de Llano-Perula M, Lemiére J, Verdonck A, Fieuws S, Willems G. Reported changes in oral health-related quality of life in children and adolescents before, during, and after orthodontic treatment: a longitudinal study. *Eur J Orthod* 2019;41:125-32.
45. Facebook: Company info: Factsheet. Available at: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>. Accessed on August 12, 2011.
46. Facebook vs Twitter 2010 statistic Available at: <http://digitadrums.wordpress.com/2011/02/17/facebook-vs-twitter-2010-statistics/>. Accessed on August 12, 2011.
47. Henzell, M., Knight, A., Antoun, J.S. and Farella, M. (2013) Social media use by orthodontic patients. *New Zealand Dental Journal*, 109, 130-133.
48. Gomes C, Coustasse A. Tweeting and treating: how hospitals use Twitter to improve care. *Health Care Manag (Frederick)* 2015;34: 203-14.
49. Heavilin N, Gerbert B, Page JE, Gibbs JL. Public health surveillance of dental pain via Twitter. *J Dent Res* 2011;90:1047-51.
50. Alnemer KA, Alhuzaim WM, Alnemer AA, Alharbi BB, Bawazir AS, Barayyan OR, et al. Are health-related tweets evidence based Re-view and analysis of health-related tweets on Twitter. *J Med Internet Res* 2015;17:e246.