

T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
DİŞ HEKİMLİĞİ FAKÜLTESİ
RESTORATİF DİŞ TEDAVİSİ ANABİLİM DALI

DİŞ HEKİMLİĞİNDE SOSYAL MEDYA
PAYLAŞIMLARININ DENTAL ÖZGÜVEN VE ESTETİK
MEMNUNİYET İLE BENLİK SAYGISI ÜZERİNE
ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Gizem ÖZPALA

RESTORATİF DİŞ TEDAVİSİ ANABİLİM DALI
UZMANLIK TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Nilgün AKGÜL

DENİZLİ-2023

T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
DİŞ HEKİMLİĞİ FAKÜLTESİ
RESTORATİF DİŞ TEDAVİSİ ANABİLİM DALI

DİŞ HEKİMLİĞİNDE SOSYAL MEDYA
PAYLAŞIMLARININ DENTAL ÖZGÜVEN VE ESTETİK
MEMNUNİYET İLE BENLİK SAYGISI ÜZERİNE
ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Gizem ÖZPALA

RESTORATİF DİŞ TEDAVİSİ ANABİLİM DALI
UZMANLIK TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Nilgün AKGÜL

DENİZLİ-2023

ETİK BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün safhalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı beyan ederim.

Gizem ÖZPALA



TEŞEKKÜR

Uzmanlık eğitimim ve tez çalışmam sırasında değerli bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım, her zaman ilgi ve özveriyle yol gösteren değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Nilgün Akgül'e,

Uzmanlık tezimin istatistiksel analizlerinin yapılmasında yardımcı olan Sayın Prof. Dr. Hayati Murat Akgül'e,

Uzmanlık eğitimim süresince danıştığım her konuda bana anlayış ve sabırla yol gösteren hocalarım Doç. Dr. Başak Yazkan ve Dr. Öğr. Üyesi Özge Gizem Yenidünya'ya,

Uzmanlık eğitimine başladığımız ilk günden beri her zaman yanımda olan, zorlandığım anlarda yardıma koşan, birlikte çalışmaktan, birlikte öğrenmekten mutluluk duyduğum öncelikle dönem arkadaşlarım Dt. Aslıhan Ertemür, Dt. Zinnet Erkoç, Dt. Emine Sadıç ve Dt. Akif Cin'e, sonrasında tüm asistan arkadaşlarıma,

Hayatımın her anında sevgi ve destekleriyle yanımda olduklarını bildiğim, varlıklarından güç aldığım canım annem Hatice Gürbüz'e, kardeşim Ece Gürbüz'e ve tüm aileme,

Sonsuz saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım....

ÖZET

Amaç: Bu tez çalışması; yetişkinlerin, sosyal medyada karşılaştıkları dental resimler veya reklamların etkisi ile kendi diş estetiği memnuniyetlerini, dental özgüvenlerini ve buna bağlı olarak benlik saygılarını ölçmeyi amaçlamaktadır.

Yöntem: 19 ile 59 yaş aralığında sosyal medya kullanan 592 katılımcıya demografik, estetik diş hekimliği ve sosyal medya kullanımı, dental özgüven ve memnuniyetle ilgili sorulardan, benlik saygısını değerlendirmek üzere Rosenberg Benlik Saygısı Envanterinden (RSES) oluşan bir anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 yazılımı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Pearson ki-kare testi ile değerlendirilmiş, istatistiksel anlamlılık seviyesi $p<0,05$ olarak belirlenmiştir. Ayrıca frekans analizi yapılarak, sonuçlar yüzde olarak verilmiştir.

Bulgular: %61,5'i kadın, %38,5'i erkek olan katılımcıların, yaklaşık yarısından fazlası günde 2 saatten fazla süreyi sosyal medya üzerinde geçirmektedir. Sosyal medyada geçirilen zamanla yaş ($p<0,0001$), eğitim düzeyi ($p<0,0001$) ve benlik saygısı ($p<0,001$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Benlik saygıları yaş faktörü ile karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ($p<0,05$) sosyal medyada en çok zaman geçiren 19-29 yaş grubunun benlik saygısının diğer gruplara göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılan kişilerin %60'ına yakının dental özgüvenlerinin, %75'ine yakınının da benlik saygılarının yüksek olduğu, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Sonuç: Sosyal medya platformları üzerinde uzun zaman geçiren kişilerde benlik saygısı ile birlikte dental özgüvenin düştüğü, estetik tedavilere yönelme eğiliminin ise arttığı belirlenmiştir. Sosyal medyanın etkisinin ve kullanıcı sayısının hızla artması, estetik operasyon geçiren kişilerin sayısının her yıl katlanarak artmasının bir nedeni olabileceğinden, özellikle genç bireylerin, psikolojik sağlıklarını korumak, benlik saygılarını geliştirmek ve kendileri ile ilgili doğru kararlar alabilmeleri için bu platformlarda gördükleri içerikleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri gerektiği vurgulanabilir.

Anahtar Kelimeler: Benlik saygısı, Dental özgüven, Estetik diş hekimliği, Sosyal medya

ABSTRACT

Objective: In this study, it was aimed to measure the dental aesthetic satisfaction, dental self-confidence and self-esteem of adults as a result of encountering various dental topics, pictures or advertisements on social media

Method: A survey about demographics, aesthetic dentistry and social media use, dental self-confidence and satisfaction, and the Rosenberg Self-Esteem Inventory (RSES) was administered to 592 participants between the ages of 19 and 59 who use social media. The obtained data were evaluated through SPSS 22.0 software. The statistical significance level was determined as $p < 0.05$ and was evaluated with the Pearson chi-square test. Frequency analysis was performed and the results are given as percentages.

Results: Approximately half of the participants, 61.5% of whom are women and 38.5% of whom are men, spend more than 2 hours a day on social media. A statistically significant relationship was found between the time spent on social media, age ($p < 0.0001$), education level ($p < 0.0001$) and self-esteem ($p < 0.001$). When self-esteem was compared with the age factor, it was determined that there was a statistically significant relationship between them ($p < 0.05$), and the self-esteem of the 19-29 age group, who spent the most time on social media, was lower than the other groups. It was observed that nearly 60% of the people who participated in the survey had high dental self-confidence, and close to 75% had high self-esteem, and there was a statistically significant relationship between them ($p < 0.05$).

Conclusion: It has been determined that dental self-confidence decreases with self-esteem in people who spend a long time on social media platforms, and the tendency to turn to aesthetic treatments increases. Since the impact of social media and the rapid increase in the number of users may be a reason for the number of people who have plastic surgery to increase exponentially every year, especially young individuals should critically evaluate the content they see on these platforms in order to protect their psychological health, improve their self-esteem and make the right decisions about themselves.

Keywords: Aesthetic dentistry, Dental self-confidence, Self-esteem, Social media

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	II
İÇİNDEKİLER	III
ŞEKİLLER DİZİNİ	V
TABLolar DİZİNİ	VI
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER	3
2.1. Diş Hekimliği ve Dental Estetik	3
2.2. Gülümseme ve Gülümseme Estetiği	3
2.3. İdeal Gülüş	4
2.3.1. İdeal Gülüşü Etkileyen Faktörler	5
2.4. Estetik Diş Hekimliği Uygulamaları	18
2.4.1. Ortodontik Tedavi	18
2.4.2. Protetik Tedavi	18
2.4.3. Diş Sert Dokularına Adezyon, Bonding, Adeziv Restoratif Uygulamalar	19
2.4.4. Yumuşak Doku Estetiği	20
2.4.5. Beyazlatma Tedavileri	21
2.5. Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Medyanın Tarihsel Süreçte Gelişimi	21
2.5.1. Sosyal Medya ve Dijital Medya Farkları	22
2.5.2. Sosyal Medyanın İnsanlar Üzerindeki Etkisi	23
2.5.3. Medya Okur-Yazarlığı	23
2.5.4. Sağlık Bilimlerinde Sosyal Medya	24
2.5.5. Diş Hekimliğinde Sosyal Medya	25
2.6. Beden İmajı: Gerçek ve İdeal Beden İmajı	26
2.6.1. Vücut Memnuniyetsizliği	27
2.6.2. Vücut Memnuniyetsizliği ve Sosyal Medya	28
2.6.3. Dental Özgüven	28
2.7. Benlik Kavramı ve Benlik Saygısı	29
2.7.1. Benlik Saygısı Ölçümü	30

2.7.2. Benlik Saygısı Düzeyleri	31
2.7.3. Sosyal Medyada Benliğin Sunulması ve Benlik Saygısı	32
3. GEREÇ ve YÖNTEM	33
3.1. Etik Onay	33
3.2. Katılımcılar	33
3.3. Çalışma Planı	33
3.4. Anket Çalışması	34
3.5. Anket İçeriği	34
3.6. İstatistiksel Analiz	35
4. BULGULAR	36
4.1. Genel Bulgular	36
4.2. Çalışmadan Elde Edilen Verilerin Demografik Bulgularla Karşılaştırılması	43
4.3. Çalışmadan Elde Edilen Verilerin Sosyal Medyada Geçirilen Zamanla Karşılaştırılması	62
4.4. Çalışmadan Dental Özgüven ile İlgili Elde Edilen Verilerin Benlik Saygısı ile Karşılaştırılması	65
5. TARTIŞMA	69
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	95
KAYNAKLAR	98
EKLER	
Ek 1. ETİK KURUL ONAY FORMU	
Ek 2. ANKET FORMU	
Ek 3. ÖZGEÇMİŞ	

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Şekil No</u>	<u>Sayfa No</u>
Şekil 2.1. Kare diş oranları	8
Şekil 2.2. Ovoid diş	9
Şekil 2.3. Üçgen diş	9
Şekil 2.4. Doğada altın oran	11
Şekil 2.5. Levin'in kesici dişler için tanımladığı altın oran	12
Şekil 2.6. Levin'in altın orana dayalı bölümlere ayrılmış kâğıt çizelgesi	12
Şekil 2.7. Snow'un kesici dişler için tanımladığı altın oran	13
Şekil 2.8. Maksiller kesici dişlerin zenith noktaları	14
Şekil 2.9. İnsizal Embraşürler	15
Şekil 2.10. İdeal, düz ve ters gülümseme arkları	16
Şekil 2.11. Yüksek, orta ve düşük çizgisi	17

TABLÖLAR DİZİNİ

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa No</u>
Tablo 2.1. Dişlerde görülen dış renklemelerinin etkenleri ve oluşması muhtemel renklemeler	6
Tablo 2.2. Diş oluşumu sırasında meydana gelen iç renklemelerin etkenleri ve oluşması muhtemel renklemeler	7
Tablo 2.3. Diş oluşumundan sonra meydana gelen iç renklemelerin etkenleri ve oluşması muhtemel renklemeler	8
Tablo 4.1. Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyete göre dağılımı	36
Tablo 4.2. Araştırmaya katılan bireylerin yaş gruplarına göre dağılımı	36
Tablo 4.3. Araştırmaya katılan bireylerin eğitim düzeylerine göre dağılımı	36
Tablo 4.4. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı	37
Tablo 4.5. “Estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı	37
Tablo 4.6. “Sosyal medyada en çok gördüğünüz estetik dental işlem hangisidir?” sorusuna verilen cevapların dağılımı	38
Tablo 4.7. “Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?” sorusuna verilen cevapların dağılımı	38
Tablo 4.8. “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı	39
Tablo 4.9. “Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok ne etkiler?” sorusuna verilen cevapların dağılımı	40
Tablo 4.10. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz? Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınen konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?, Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?, Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorularına verilen cevapların dağılımı	41

Tablo 4.11. Dental memnuniyet ile ilgili parametrelere verilen cevapların dağılımı	42
Tablo 4.12. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinden alınan puanlara göre benlik saygısı düzeyleri dağılımı	43
Tablo 4.13. Sosyal medyada geçirilen zamanın cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	43
Tablo 4.14. Sosyal medyada geçirilen zamanın yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	44
Tablo 4.15. Sosyal medyada geçirilen zamanın eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	45
Tablo 4.16 Katılımcıların estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkındaki düşüncelerinin cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	46
Tablo 4.17 Katılımcıların estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkındaki düşüncelerinin yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	47
Tablo 4.18 Katılımcıların estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkındaki düşüncelerinin eğitim düzeylerine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	48
Tablo 4.19 Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok neyin etkilediği sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	49
Tablo 4.20. Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok neyin etkilediği sorusuna verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	50
Tablo 4.21. Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok neyin etkilediği sorusuna verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	51
Tablo 4.22. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	52
Tablo 4.23. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	53

Tablo 4.24. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	53
Tablo 4.25. “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	54
Tablo 4.26. “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	55
Tablo 4.27. “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	56
Tablo 4.28. “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	56
Tablo 4.29. “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	57
Tablo 4.30. “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	58
Tablo 4.31. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	58
Tablo 4.32. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	59

Tablo 4.33. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	60
Tablo 4.34. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	60
Tablo 4.35. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	61
Tablo 4.36 Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	61
Tablo 4.37. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?” sorularına verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	62
Tablo 4.38. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?” sorularına verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	63
Tablo 4.39. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorularına verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	64
Tablo 4.40. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ile “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	65
Tablo 4.41. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	65
Tablo 4.42. “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	66

Tablo 4.43. “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	67
Tablo 4.44. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması	68



1.GİRİŞ

Estetik nedir? Bu, düşünürler ve filozoflar tarafından yüzyıllardır üzerinde düşünülmüş bir sorudur.¹ Estetiğin yaygın bir tanımı, güzelliğin takdir edilmesi veya bundan zevk alınmasıdır. "Estetik" kelimesinin kökleri, algı anlamına gelen Yunanca "aisthesis" kelimesinden gelmektedir. Başka bir tanım, görme, koku alma, tatma, dokunma veya işitme duyusuna hoş gelmeyi ifade eder. Güzeli veya estetik olarak hoş giden her şeye estetik nesne veya deneyim denir.²

Her bireyin kendine göre bir güzellik anlayışı vardır. Bireysel ifade, yorum ve deneyimler bunu benzersiz kılar.³ Güzellik anlayışında bunlara ek olarak, kültür ve benlik imajının da etkisi vardır.^{4,5} Bir kültürün şekilsiz olarak algıladığı şey, bir başka kültür için güzel olabilir.⁶ Çinli kadınların estetik olarak daha çekici olduğuna inandıkları küçük ayaklara sahip olabilmek için ayaklarını bağlamaları, Ubangilerin ise dudaklarını şişirmeleri buna örnektir. Bireylerin neyin güzel olduğuna dair algısı, kendilerini başkalarına nasıl sunduklarını etkiler. Estetik mutlak değil, son derece öznelir.⁵ Margeret Hungerford 'un da söylediği gibi 'Güzellik bakan kişinin gözündedir'.⁷

Güzellik arayışı en eski uygarlıklara kadar izlenebilir. Fiziksel olarak çekici ve güzel olmanın insanlar için evrensel bir arzu olduğu bilinen bir gerçektir. Daha yüksek fiziksel çekiciliğe sahip bireyler, yaşamları boyunca, diğer insanlara göre daha avantajlı olabilirler.⁸ Fiziksel çekicilik ve görünüm insanların sosyal ilişkilerini de etkiler.^{9,10} Çekici kişilerin daha yetenekli, zeki, sorumlu ve sosyal olarak iyi entegre oldukları düşünülür; daha prestijli, daha mutlu ve başarılı olduklarına dair bir inanış vardır.^{11,12} Bireyler tarafından en çabuk algılanan bölgenin yüz olması, yüz görünümünün önemini tarih boyunca ön planda olmasına neden olmuştur.^{13,14} Yüz görünümünün sosyal ve psikolojik etkisi, fiziksel çekiciliğin bir bireyin yaşamında önemli bir faktör olduğuna dair artan kanıtların bir sonucu olarak görülebilir.¹⁵ Sosyal ilişkilere ve kişilerarası iletişime yayılan bu etki iyi belgelenmiştir ve fiziksel deformasyona uğramış birçok insanın kafasında, toplumun onlara karşı olumsuz tavırlar beslediğine dair bir inanış vardır.^{11,12,16}

Dentofasiyal alan, yüzün en çabuk algılanan bölgesi olması sebebiyle gülüş estetiği açısından en çok dikkat çeken yerdir.¹⁷ Ağız ve dişler, estetik

değerlendirmelerde önemli unsurlardır; dişlerin görünümü estetik olarak elverişsiz ise sosyal ve psikolojik sağlık etkilenebilir.¹¹

Kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı günümüz toplumlarında güzellik ve estetik algısını değiştirmektedir. Değişen estetik algıyla birlikte yüz ve diş görünümü ile ilgili endişeye bağlı olarak estetik prosedürlere ve tedavilere olan talep her geçen gün artmaktadır.¹⁸ Bunun arkasındaki en önemli itici güçlerden birinin sosyal medya olduğu görülmektedir.¹⁸⁻²⁰

Sosyal medya, çevrimiçi ağlar kullanılarak bilgi ve fikirlerin üretilip paylaşılabildiği ve kişilerin akıllı telefonlarında bulunan sosyal medya uygulamalarını kullanarak anında iletişim kurabildikleri platformdur.²¹ Bu uygulamalar, herkesin bilgi, resim, düşünce, fikir vb. paylaşma fırsatı bulabileceği kendi kişisel hesabına sahip olmasına olanak tanır. Ayrıca sosyal medya uygulamaları üzerinde kişiler fikirlerini özgürce ifade edebilir ve ilgilendikleri birden fazla konuyu tartışabilirler. Dünya çapında en popüler sosyal medya araçları Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ve LinkedIn'dir.²² Sosyal medya veya sosyal teknolojiler olarak bilinen Web 2.0 teknolojileri, medyanın ana akımı haline gelmiştir.²³

Milyonlarca insan güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medya platformlarını kullanmaktadır.²⁴ Farklı diş hekimliği uzmanlık alanlarından birçok diş hekimi, sosyal medya sitelerinde Estetik Diş Hekimliği, Restoratif Diş Hekimliği, Ağız Diş ve Çene Cerrahisi, Ortodonti, Periodontoloji ve diş implantları vakalarını paylaşmaktadır.²⁵ Bunun yanı sıra bireyler sosyal medya kullanımları sırasında sürekli 'ideal gülüş' 'Hollywood gülüşü' olarak paylaşılan pek çok resim ve fotoğrafla da karşılaşmaktadır. Kişisel hayatın teşhiri ve sosyal medyadaki sürekli fotoğraf paylaşımı, bireyleri ister istemez karşılaştırma yapmaya itmekte dental memnuniyetleri ve özgüvenleri ile diş estetiği algıları ve benlik saygıları üzerine etki etmektedir.^{26,27}

Bu tez çalışması; yetişkinlerin, sosyal medyada karşılaştıkları dental resimler veya reklamların etkisi ile kendi diş estetiği memnuniyetlerini, dental özgüvenlerini ve buna bağlı olarak benlik saygılarını ölçmeyi amaçlamaktadır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Dental Estetik ve Diş Hekimliği

Estetik diş hekimliği; hastalara mümkün olan en doğal diş dizisini kazandırırken, onları estetik olarak da en üst standartlara yükseltmek biçiminde tanımlanabilir. İyi bir diş hekimi, doğal dişleri çok iyi gözlemleyebilen, gözlemlediği durumu dişlere yansıtabilecek iyi el pratiğine sahip olan kişidir.²⁸

Estetik uygulamalar; diş hekimliği pratiğinde işlev, yapı ve biyoloji kadar önemli hale gelmiştir, çünkü güncel reklamlar ve genel olarak medya, hoş bir görünümün etkisini vurgulamaktadır.²⁹ Bu durum hastaların estetik gereksinimlerinde değişikliklere ve dental tedavilerde estetik beklenti önceliğinin oluşmasına yol açmaktadır.³⁰

Gülüş analizleri ve tasarımları, özellikle son on yılda teşhis ve tedavi planlamasında kilit unsurlar haline gelmiştir.³¹ Yüz estetiğinde çekici ve dengeli bir gülümseme çok önemli bir unsurdur ve estetik diş hekimliğinin temel amacını temsil eder.³² Bir gülümsemenin estetiğini değerlendirirken dikkate alınması gereken pek çok faktör vardır. Farklı dental disiplinlerde çalışan pek çok bilim insanı, mükemmel gülümsemenin yeniden üretilmesi için gerekli olan faktörleri ve protokolleri tanımlamak için çok sayıda araştırma yapmıştır.³³

Dişlerin rengi, şekli, boyutu, diş arkının şekli gibi çok sayıda faktör dental estetik ile ilgilidir.³⁴ Diş hekimleri, estetik bir dentofasiyal kompleks oluşturmak için gülümsemenin birçok detayına dikkat ederek nesnelerin çizgilerini, kontrastlarını ve boyutlarını kullanarak bu görsel uygulamaları planlayabilir. Bugünün toplumu sadece güzel görünümü ve buna bağlı olarak iyi bir sağlık izlenimini desteklemekle kalmamakta, aynı zamanda bunu bir benlik saygısı ölçüsü olarak da savunmaktadır.²⁷

2.2. Gülümseme ve Gülümseme Estetiği

Gülümseme, tüm yüz ifadeleri arasında en sık sergilenenidir. Üzüntü, öfke, korku, şaşkınlık ve iğrenme gibi gülümseme de, evrensel ifade olarak tanımlanır ve sözsüz iletişimin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilir.³⁵

Gülümseme, tüm olumlu duyguları ortaya çıkarabilir, yüz ifadesi, görünüm ve güzellikte önemli bir rol oynar.³⁶ Yüzün ve dişlerin görünümünün, bireyin toplum tarafından algılanmasında; nezaket, popülerlik, zeka ve yüksek sosyal statü ile

ilişkilendirildiğinde önemli bir etkisi olduğuna dair güçlü bilimsel kanıtlar vardır.³⁷ Daha da önemli olarak, bireylerin kendi gülümsemelerinden memnuniyet seviyeleri, benlik algısı ve kişinin psikolojik olarak sağlıklı ve iyi olma durumu ile ilişkilidir.^{38,39}

Sosyal etkileşimde kişilerin dikkati esas olarak konuşmacının ağız ve gözlerine yöneliktir. Bu nedenle bireylerin sahip olabilecekleri en değerli özelliklerinden biri estetik ve doğal dişlerle gülümsemeleridir. Estetik bir gülümseme her zaman çekici ve arzu edilen bir unsur olmuştur.⁴⁰ Dişlerdeki gülümseme estetiğini bozan şekil ve boyut bozukluklarının, renklenmelerin, diastemaların, diş eksikliklerinin, malpozisyonların düzeltilmesi; aynı zamanda gülümseme ve/veya konuşma sırasında görünen diş eti miktarı gibi yumuşak dokulardaki sorunların da giderilmesiyle harmonik ve simetrik bir gülüş elde edilir. Bunun sonucunda hastaların özgüvenlerinin artarak sosyal hayatlarının da gelişmesine katkıda bulunmaktadır.³⁸ Bu nedenle bir gülüşün restore edilmesi, diş hekiminin yapabileceği en takdir edilen ve memnuniyet verici işlemlerden biridir.

2.3. İdeal Gülüş

Güzellik anlayışı öznedir . Bu nedenle ideal gülüşü tanımlamak neredeyse imkansızdır çünkü bireylerin; yaşları, kültürleri ve medeniyetleri arasında çok fazla çeşitlilik vardır.⁵ Bu çeşitliliklere rağmen; medya, parlak kırmızı dudaklarla çevrelenmiş, mükemmel şekilde hizalanmış bir dizi fildişi renginde diş ile ideal gülümsemenin neredeyse tekdüze bir görüntüsünü tasvir etme eğiliminde olmuştur.⁴¹ İdeal gülümseme; sağlık ve başarı ile de ilişkilendirilir. İltihaplı diş eti ve diş taşı birikintilerinden arınmış iyi bir diş dizisi, renklenmiş dişlerin ve kırık restorasyonların tedavi edilmesi ile birlikte, iyi bir kişisel bakım imajı çizmektedir.¹¹

Tüm hastalar benzersiz özelliklere sahip özel bireylerdir. Her bireye standart bir gülümsemeyi basitçe yerleştirmek estetik diş hekimliği değildir. İdeal gülüşe ulaşmak, doktorun bilimsel estetik ilkelerini, bireysel kişiliğe uyacak şekilde sanatsal yaratıcılıkla birleştirmesini gerektirir.⁴² İdeal gülüşü ve buna bağlı olarak dental estetiği etkileyen faktörlerin birbirleriyle ilişkilerinin doğru bir şekilde değerlendirilmesi önemlidir.⁴³

2.3.1.İdeal Gülüşü Etkileyen Faktörler

Dişlerin Rengi

Dişler polikromatiktir. Sağlıklı diş rengini belirleyen faktörler kron minesinin rengi, kalsifikasyona göre değişen mine saydamlığı, dişin okluzal ve insizal kenarlara doğru artan servikal bölgede azalan mine kalınlığı sayılabilirken hacim olarak dişin en büyük bölümünü oluşturduğu için dentin, diş rengini oluşturan asıl bölüm olarak kabul edilir.⁴⁴ Diş ile ışık arasındaki etkileşim de diş rengini belirlemektedir. Işık dişe çarptıktan sonra gözlemcinin gözüne ulaşana dek diş içindeki düzensiz ışık yollarını izleyip bu yollardaki diş dokularının soğurma katsayılarına bağlı olarak görünen diş rengini oluşturur. Diş minesi yarı saydam olduğu için ışığın saçılmasına neden olur; mavi-beyaz ve gri-beyaz tonlar arasında değişen renk farklılıklarını gösterir. Yarı saydam mine ile örtülü dişler alttaki dentinin rengini yansıtarak kahverengi-sarımsı, kalın opak minesini olan dişler ise daha gri görünür.^{19,45}

Çenelerin farklı bölgelerindeki renk dağılımı birçok araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. Özellikle ön bölgede alt dişler üst dişlerden, süt dişleri daimi dişlerden daha beyazdır. Üst santral keserlerin renkleri lateral ve kaninlerden daha açıktır.⁴⁶

Cinsiyetler arasında diş renkleri açısından herhangi bir fark olmadığını gösteren çalışmaların bulunmasının yanı sıra, kadınların diş renklerinin erkeklere göre daha beyaz olduğunu ve daha az sarı görüldüğünü gösteren araştırmalar da bulunmaktadır.^{47,48}

Doğal diş rengi yaşla birlikte fizyolojik aşınmaya ve kalsifikasyona bağlı olarak daha koyu ve daha sarı renge doğru değişir. Fizyolojik aşınma nedeniyle insizal alanda görülen madde kaybı yaşla birlikte artarak, bölgede dentinin renginin daha baskın hale gelmesine neden olmaktadır.^{49,50} Yaşlandıkça pulpa dokusu büzülür bu da çevredeki dentinin daha sert ve daha az geçirgen hale gelmesine neden olur.^{51,52} Aynı zamanda mineye geçerek mine-dentin sınırında ve dentin dokusu içinde biriken düzensiz organik ve inorganik yapıdaki pigmentler ve iyonlar zaman içinde dentinin renginin doygunluğu artırır.^{53,54}

Dişi kronun orta kısmı diş rengini en iyi sergileyen alan olarak tanımlanmaktadır. Genelde şeffafa yakın olan insizal alan ağız boşluğunun koyuluğu ile değişirken servikaldeki renk de dişeti renginin yansımasından etkilenmektedir.^{55,56}

Diş rengi konusunda çok kişisel ve farklı beklentilerin olması, insanların diş renklerinden memnun olma düzeylerini etkilemektedir.

Fizyolojik olan bu olguların haricinde dişlerde dışsal ve içsel farklı nedenlerle renklenmeler ortaya çıkabilir. Dişlerde meydana gelen renklenmeleri sınıflandıracak olursak ;

DIŞ RENKLENMELER: Mine yüzeyindeki renklenmelerdir (Tablo 2.1) .

Diş renklenmeler genel olarak yaşam tarzı ve zayıf oral hijyen nedeniyle oluştuklarından hastalara diş renklenmeye neden olan faktörlerden nasıl uzak duracaklarına dair bilgi verilmelidir.

Tablo 2.1. Dişlerde görülen dış renklenmelerinin etkenleri ve oluşması muhtemel renklenmeler^{57,58}

Dış renklenmeler	
Etken	Renklenme
Plak	Beyaz-sarı
Supragingival ve subgingival diştaşı	Beyaz-sarı Kahverengi-siyah
Tütün	Kahverengi-siyah
Çay – kahve	Kahverengi-siyah
Klorheksidin	Kahverengi
Kalay florid	Açık Kahverengi Altın sarısı-sarı
İlaçlar	Siyah
Besinler	Gri-siyah
Kromojen bakteriler	Kahverengi-siyah Yeşil Turuncu

İÇ RENKLENMELER İç renklenmeler, diş oluşumu sırasında ve diş oluşumu tamamlandıktan sonra meydana gelen iç renklenmeler olmak üzere ikiye ayrılırlar (Tablo 2.2, Tablo 2.3).

Tablo 2.2 Diş oluşumu sırasında meydana gelen iç renklenmelerin etkenleri ve oluşması muhtemel renklenmeler ^{57,58}

Diş oluşumu sırasında meydana gelen iç renklenmeler	
Etken	Renklenme
Florozis	Kahverengi
	Opak
	Pitting
Tetrasiklin	Sarı, kahverengi, mavi, siyah veya gri
Travma	Kahverengi
Eritroblastozis	Mavi-yeşil
Sarılık	Yeşil
Porfiri	Kırmızı-kahverengi
Anemi	Mavi-yeşil
	Gri-siyah
Okronozis	Mavi-siyah
Crigler-Najjar sendromu	Yeşil-sarı
Mine hipoplazisi	Kahverengi-siyah
Mine hipokalsifikasyonu	
Amelogenezis imperfekta	Beyaz, sarı, kahverengi
Dentin displazisi	Sarı-kahverengi
	Gri-kahverengi
Dentinogenezis imperfekta	Amber, opal

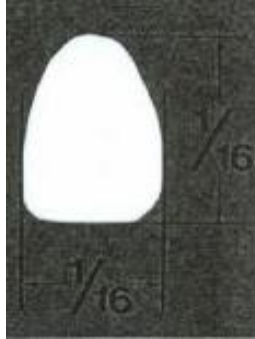
Tablo 2.3 Diş oluşumundan sonra meydana gelen iç renklenmelerin etkenleri ve oluşması muhtemel renklenmeler ^{57,58}

Diş oluşumundan sonra meydana gelen iç renklenmeler	
Etken	Renklenme
Pulpa nekrozu	Değişken
Hemorajik renklenme	Koyu gri
İnternal rezorpsiyon	Pembe
İyatrojenik	Değişken
• Kök kanal dolgusu	
• Kron dolgusu	
Çürükler	Kahverengi- siyah
Yaşlanma	Sarı-kahverengi
Pulpa nekrozu	Değişken

Dişlerin Şekilleri

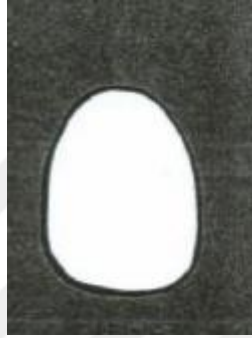
Diş şekilleri temel olarak kare, oval veya üçgen olmak üzere 3 forma bölünebilir.

Kare dişler, düz mezial ve distal hatlar, paralel geçiş çizgisi açıları ve lobları ile karakterize edilir (Şekil 2.1). Bu dişlerin geniş bir servikal alanı vardır ve kesici kenarları genellikle düzdür. Servikal bölgede neredeyse kurvatür içermezler. Bu formlarından dolayı kontak alanı genişliğinin en büyük olduğu dişlerdir. Dişlerin kontakları labiolingual yönde kesici kenara, insizoservikal yönde ise insizal kenara doğru uzanan noktasal kontakten çok yüzeysel kontak şeklindedir.⁵⁹⁻⁶¹



Şekil 2.1 Kare diş oranları

Ovoid dişler, yumuşak geçiş çizgisi açlarına sahip kavisli mezial ve distal hatlarla karakterize edilir. İnsizalden servikal bölgeye, dar bir servikal alan ve daha yuvarlak insizal kenarlar oluşur (Şekil 2.2). Yüzeyleri genellikle dışbükeydir. Kesicilerin mezial kontakları insizoservikal yönde insizal kenardan itibaren kron yüksekliğinin 1/4 'ünde başlar. Labiolingual yönde mezial kenarın hafifçe lingualindedir (29). Kesicilerin distal kontakları da aynı labiolingual pozisyonudadır ancak insizogingival yönde kenardan itibaren kron yüksekliğinin yarısı ya da 1/3 'ünde başlar.⁵⁹⁻⁶¹



Şekil 2.2 Ovoid diş

Üçgen dişler, belirgin geçiş çizgisi açıları ve lobları olan düz bir dış hat ile karakterize edilir. İnsizalden servikal bölgeye, özellikle distal kontur üzerinde daha belirgin bir daralma vardır, bu net bir şekilde eğimlidir ve dar bir servikal alanı tanımlar (Şekil 2.3). Kesici kenarlar hafif kavisli olma eğilimindedir. Keser dişlerde kontakt (özellikle üst keserlerde) insizoservikal yönde kesici kenarda başlar. Linguale doğru bir daralma gösterdiklerinden labiolingual olarak hafifçe labialde yer alırlar. Bu gruptaki kanin dişler son derece köşeli hatlara sahiptir. Mezial kontakları kesici kenara yakın, distal kontakları distal yüzün hemen hemen ortasındadır.⁵⁹⁻⁶¹



Şekil 2.3 Üçgen diş

Ön dişlerin şeklini inceleyen çok sayıda makale vardır. Ön dişlerin temel şeklinin yüzün ters önden görünümü olduğunu bireyin cinsiyetinin, yaşının ve

kişiliğinin de dikkate alınması gerektiği öne sürülmüştür.⁶² Genel olarak, genç hastalarda kesici dişler daha keskin, kesici kenarları daha belirgindir. Yaşlı hastaların dişleri aşınmış kesici kenarlara sahiptir.⁶³ Kadın hastalarda protetik restorasyon için daha yumuşak, daha yuvarlak bir diş formu tercih edilirken, erkek hastalarda restorasyonlar daha net tanımlanmış çizgi açılarıyla üretilebilir. Diş şekline karar verilirken bireyin karakteri de dikkate alınabilir.⁶⁴

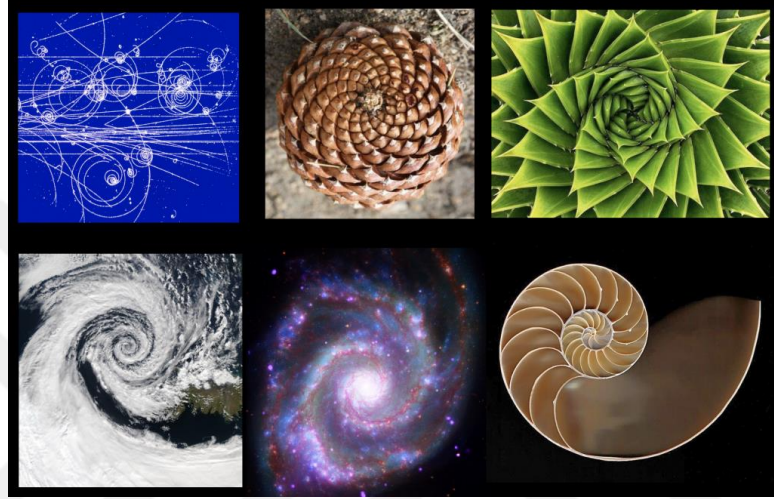
Dişlerin Boyutları

Her bir dişin yüksekliği ve en-boy oranı, güzel bir gülümseme yaratmak için dikkate alınması gereken kriterlerdir. Diş boyutu ve oranı büyük bireysel farklılıklar gösterir ve aynı kişide bile fizyolojik veya patolojik diş aşınması nedeniyle yaşam boyu değişir.⁶⁵ Sterrett ve ark.⁶⁶, bir dişin boyutunu ve oranını belirlemek için yararlı bilgiler sağlamış, genel olarak erkek dişlerinin boyutunun kadın dişlerinden daha büyük olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmadan elde edilen bir diğer önemli bulgu da bir dişin kron yükseklik-genişlik oranının, bir dişin boyutlarını kullanmaktan daha uygun bir referans olmasıdır. Bu oran, cinsiyet ve bireysel dişler arasında minimum değişiklik gösterir.⁶⁶ Bu çalışmanın sonuçlarına göre, ideal üst orta kesici dişin yaklaşık 0.75-0.85'lik bir genişlik-uzunluk oranına sahip olması gerektiğini ortaya konulmuş olup, oranın <0,6 olması uzun ve dar bir diş oluşturur ve >0,85 olması kısa ve geniş bir diş oluşmasına neden olduğu bildirilmiştir. Ortalama olarak, santral diş uzunluğu 9,5 ile 10,2 mm ve genişliği 8,1 ile 8,6 mm arasında olabilir.⁶⁶

Estetik bir maksiller ön diş düzenlemesi geliştirmek için diğer kılavuzlar şunları içerir:

- Kanin ve kesici dişlerin kron en-boy oranları birbirine benzer ve %77-86 aralığında olmalıdır.
- Ortalama olarak lateral diş uzunluğu 7,8 ile 8,7 mm ve genişliği 6,1 ile 6,6 mm arasında olmalıdır. Santral dişler yan kesici dişlerden 2-3 mm daha geniş olmalıdır.
- Kanin dişlerinin ortalama uzunluğu 8,9 ile 10,1 mm ve genişliği 7,1 ile 7,6 mm arasında olmalıdır. Santral dişler kanin dişlerinden 1-1,5 mm daha geniş olmalıdır.
- Maksiller santral dişler ve kaninler benzer kron uzunluğuna sahip olmalı ve ortalama olarak maksiller lateral kesici dişlerden 1-1,5 mm daha uzun olmalıdır.⁶⁴

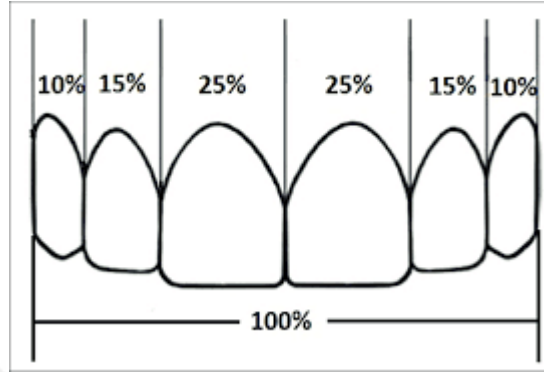
Maksiller ön dişlerin şekli ve boyutu belirlendikten sonra, doğrudan önden bakıldığında kesici dişlerin kaninlerle olan ilişkisine, özellikle de göreceli oranlarına vurgu yapılmalıdır. Estetik açıdan hoş gülümsemeler oluşturmak için sürekli veya tekrarlanan oran kullanma konsepti ilk olarak 1973 yılında Lombardi tarafından ortaya atılmıştır. Bunu, Yunanlıların anlayıp mimari tasarımlarında uyguladıkları 1.618'lik “altın oran” gözlemlerine dayandırmıştır . Lombardi, bu oranın doğada yaygın olduğunu, kabuklularda ve bitkilerde gözlenebildiğini de kaydetmiştir (Şekil 2.4).⁶⁷



Şekil 2.4 Doğada altın oran

Bu gözlemlere dayanarak, estetik diş oranlarını elde etmek için benzer bir tekrarlanan oranın izlenmesini önermiştir.⁶⁷ Lombardi'nin gözlemlerinden bu yana, diş hekimliğinde birkaç oran ortaya çıkmış ve bazıları diğerlerinden daha fazla popülerlik kazanmıştır. 1978'de Levin, Lombardi'nin çalışmasını ileriye taşımış ve frontal görünümünden görelî diş boyutunu belirlemek için altın oranın kullanılmasını önermiştir. Maksiller santral kesici dişin algılanan genişliğinin lateral dişin genişliğiyle altın oran ölçüsünde olması gerektiğini (1:0.618) ve lateral dişin genişliğinin de kanin dişinin algılanan genişliğiyle altın orana benzer şekilde olması gerektiğini öne sürmüştür (Şekil 2.5).⁶⁸

sayıların her birini ikiyle çarpmıştır. Altı sayının toplamı olan 6.472'yi elde ettikten sonra, altın yüzdeyi bulmak için bireysel diş oranlarını toplam orana bölmeye başlamıştır. Örneğin, merkezi kesici diş yüzdesi, 1,618'in 6,472'ye eşit %25'e bölünmesiyle hesaplanmıştır. Bu aritmetik hesaplamalar sonucunda önerilen altın yüzde, santral diş için %25, lateral diş için %15 ve kanin diş için %10 olarak belirlenmiştir (Şekil 2.7).⁷¹



Şekil 2.7 Snow'un kesici dişler için tanımladığı altın oran

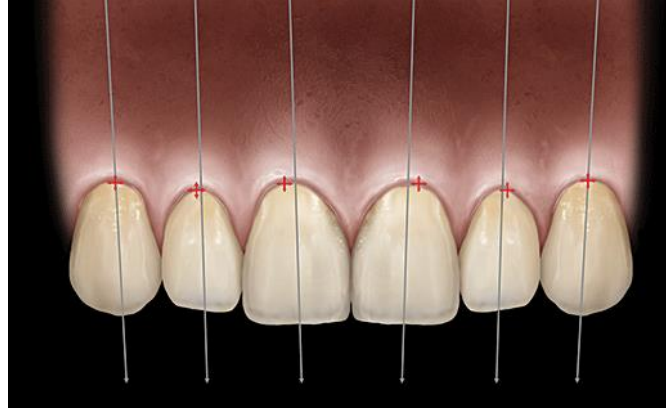
Yine bu çalışmada, altın orana yaklaşan genişlik yüzdelere sahip diş arklarının daha baskın santral dişlere sahip olacağını ve nispeten dar bir diş arkı anlamına geleceğini öne sürülmüştür. Snow'un konsepti, estetik açıdan hoş gülümsemeler elde etmek için santral diş hakimiyetini sağlamaya odaklanmıştır.⁷¹

Altın orana sıkı sıkıya bağlı kalmak ve her durumda altın orana uymak, maksiller arkın gereksiz yere daralmasına da neden olabilir. Gerçekte, boyut ve orantılardaki ince farklılıklar kabul edilebilir. Daha da önemlisi, genel olarak uyumlu bir nihai sonuç sağlamak için dişler arasında denge ve simetri sağlanmalıdır.⁶⁶⁻⁷²

Dişlerin Angulasyonları ve Zenith Noktaları

Maksiller ön dişlerin uzun eksenini orta hatta göre distal tarafa eğimlidir. Estetik bir gülüşte, farklı diş kombinasyonları için eksen eğiminin derecesi değişir. Maksiller santral kesici dişler iki taraflı simetrik olmalı ve gülümsemeye bir dereceye kadar hakim olmalıdır.⁷²

Klinik kron boylarının en apikalindeki noktaları zenith noktalarıdır (Şekil 2.8). Zenith noktaları da dişlerin angulasyonlarına uygun şekilde orta hatta göre distal taraftadır. Lateral dişlerde ise orta hat üzerinde ve yakınında olabilirler. Zenith noktasının konumunu mine-sement sınırı, diş etinin durumu da etkileyebilir.^{73,74}



Şekil 2.8. Maksiller kesici dişlerin zenith noktaları

Santral kesici dişlerin gingival zenith pozisyonunun ortalama mesafesi, klinik kuronun dikey ikiye bölünmüş orta hattının yaklaşık 1 mm distalindedir. Klinik olarak, lateral kesici ve köpek dişlerinin diş eti zenith pozisyonu, dişlerin eksenel eğimi boyunca dikey ikiye bölünmüş orta hat ile çakışmaktadır.⁷⁴

Anterior Dişler Arasındaki Diastemalar

Orta hat diasteması maksiller santral dişler arasındaki bir boşluktur.^{75,76} Boşluk, süt ve karışık dişlenme döneminde normal bir büyüme özelliği olabilir ve genellikle maksiller kanin dişlerin sürmesiyle kapanır. Çoğu çocuk için, maksiller yan kesici dişlerin ve maksiller kaninlerin medial sürme yolu, bu boşluğun normal olarak kapanmasını sağlar. Ancak bazı hastalarda diastema kendiliğinden kapanmayabilir.⁷⁵

Yetişkinlerde diastemaya en sık neden olan durum dentoalveolar uyumsuzluktur ve genellikle diş arkının uzunluğu ile dişlerin genişliği arasındaki uyumsuzluklardan veya kemik defektlerinin varlığından kaynaklanır. Bunun dışında kalıtsal nedenler, labial frenulum, parafonksiyonel alışkanlıklar ve çeşitli patolojiler de diastema oluşumuna sebebiyet verebilir.⁷⁶

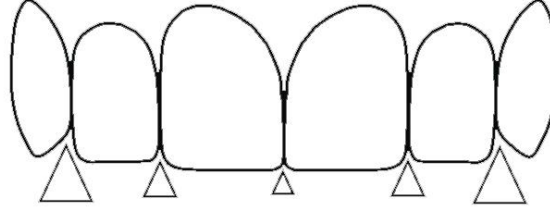
Özellikle orta hat diastemaları ortodontik veya multidisipliner olarak kapatılmalıdır. Eğer ortodontik tedavi sonrası boşluk bırakılması gerekiyorsa laterallerin distallerindeki bölgelerin tercih edilmesi önerilmektedir.⁷⁷

Embrasürler

İnsizal embrasürler, dişlerin insizal köşelerinin birbirinden uzaklaşması sonucunda maksiller ön dişler arasında gelişen boşluklar olarak tanımlanmaktadır. Bu boşluklar, bireysel dişleri tanımlamaya ve estetiği geliştirmeye yardımcı olur.⁷⁸

Foulger ve ark.⁷⁹, diş hekimleri, diş teknisyenleri ve hastalar tarafından değerlendirildiğinde, embrasür boşluklarının eksikliğinin algılanan gülümseme estetiği üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Çalışmalarından elde ettikleri bir başka sonuç da, embrasür boşluklarının boyut ve hacminin orta hattan distale doğru arttığı bir insizal embrasür aralığı düzenlemesinin en ideal estetik görüntü olarak kabul edildiğidir.⁷⁹

Embrasürler maksiller anterior bölgede yaklaşık olarak ters bir "V" şeklindedir. Dişler arasındaki insizal embrasürlerin boyutu ve hacmi, santral dişlerden posteriora doğru ilerlendikçe artmalıdır (Şekil 2.9). Embrasürlerin sık olduğu ve her diş arasında aynı olduğu durumda dişler bir bütün gibi görünür, çok derin olduğu zaman ise dişlerin çok daha sivri görünmesine sebep olabilecektir.⁸⁰



Şekil 2.9 İnsizal Embrasürler

Gingival embrasürler ise, interdental dişeti papilinin olmaması ya da kaybedilmesi sonucu oluşan 'siyah üçgen' olarak adlandırılan üçgen boşluklardır. Özellikle santral dişler arasındaki embrasürler orta hatta gülüş estetiğini bozmaktadır.⁷⁸

Yüz ve Diş Orta Hattı

Dental orta hat, yüz orta hattı ile çakışmalıdır. Ancak gerçekte, popülasyonun sadece %70'inde maksiller dental orta hat fasiyal orta hat ile çakıştığı görülmektedir. Neyse ki dental literatür, tüm estetik parametreler arasında dental orta hat anormalliklerinin en az fark edilen anomali olduğunu öne sürmektedir.^{75,81} <2° mm'lik maksiller dental orta hat tutarsızlıkları büyük ölçüde fark edilmez. Daha da belirgin olarak, aksiyal kesici diş angulasyonu yanlış olduğunda ortaya çıkar. >6°'lik açılar ortodontistler, >10°'lik açılar ise meslekten olmayan kişiler tarafından değerlendirildiğinde kabul edilemez bulunmuştur.⁷² Ortodontik açıdan bakıldığında, maksiller ve mandibular dental orta hatların hizalanması arzu edilir, mandibular orta

hat estetik açıdan daha az önemlidir. Maksiller ve mandibular orta hatlar, popülasyonun neredeyse dörtte üçünde çakışmamaktadır.⁸²

Mandibular kesici dişlerin nispeten genişliğinin daha az olması ve üniformitesi, orta hattın görselleştirilmesini zorlaştırır. Özellikle dudaklar ve diğer yumuşak doku yapılarıyla ilişkili olarak görüldüğünde de genellikle maskelenir.⁸¹

Gülümseme Arkı

Gülümseme arkı, maksiller santral ve kanin dişlerin insizal kenarlarının kurvatürü ile gülümsemedeki alt dudağın kurvatürü arasındaki ilişki olarak tanımlanır. İdeal gülümseme arkı, alt dudağın kurvatürüne paralel olan maksiller kesici kenar kurvatürüne sahiptir. İdeale uymayan gülümseme arkında, maksiller keserlerin insizal kenarları ile ilişkisi alt dudak kurvatürüne göre düz ya da kurvatüre ters konumdadır (Şekil 2.10).⁸³



Şekil 2.10 İdeal, düz ve ters gülümseme arkları

Yapılan pek çok çalışmada, düz veya ters gülümseme arkları daha az çekici bulunurken, konveks gülümseme arkı daha çekici ve genç gülüş olarak kabul edilmiştir.^{84,85}

Orta dereceli bir gülümseme sırasında ideal olarak yan kesici dişler alt dudaktan 0,5-1,5 mm uzaklıkta kalmalı, orta kesici dişler ve kaninler ise alt dudak çizgisi ile yakın ilişki içinde olmalıdır.⁸⁴

Maksiller ön dişlerin kesici kenarlarının düzlemi de yüz ve dental orta hatlarla ilişkili olmalıdır. Yüz ve diş orta hatlarına dik olarak konumlanmış olan kesici düzlem iyi bir uyum ve simetri hissi verir.⁶⁴

Bukkal Koridor

Gülümseme sırasında üst ve alt dudakların lateral birleşim yerleri ile kanin dişlerin distal noktaları arasındaki mesafe “bukkal koridor” ya da “negatif boşluk” olarak adlandırılırlar. Işık, arkadan geçerken miktarı azalır ve böylece dişlere daha

koyu bir gölge ve dolayısıyla daha küçük bir görünüm verir. Bukkal koridorun gülümseme estetiği üzerindeki etkisinin bazı araştırmacılar tarafından estetik bir sonuç olmadığı belirtilirken, diğerleri de bunun çekici olmadığına inanmaktadır.^{86,87}

Çoğu araştırmacı ideal bir gülümsemede, dişleri ağız köşelerinden ayıran iki taraflı negatif boşlukların belirgin olmasının hastadaki doğal olmayan, "takma diş" görüntüsünün engellenmesine ve bukkal koridorların doğal diş yapısı yansımalarına katkıda bulunacağını savunmuşlardır.^{64,88,89}

Gülümseme ve İstirahat Sırasında Görünen Diş Eti Miktarı

Diş eti, her dişin etrafında bir çerçeve sağlayan ve genellikle 'pembe estetik' olarak adlandırılan gülümseme tasarım sürecinin bir parçası olan gülümseme estetiğinin temel bir bileşenidir.^{64,89} Gülümserken, üst ve alt dudaklar bir dudağın bir köşesinden diğerine uzanan bir çizgi oluşturur ve gülümseme çizgisi veya interkomisural çizgi olarak bilinir. Dikey boyut incelendiğinde, gülümseme çizgisi üst maksiller dişlere göre düşük, orta veya yüksek olarak tanımlanabilir (Şekil 2.11).⁸⁵



Şekil 2.11 Yüksek, orta ve düşük çizgisi

Düşük gülümseme çizgisi, maksiller kesici dişlerin %75'inden daha azını gösterir ve maksiller dişeti dokusu görünmez; ortalama gülümseme kesici dişlerin %75-100'ünü ve yalnızca interproksimal papillayı ortaya çıkarır; yüksek gülümseme, kesici dişlerin %100'ünü ve sürekli olarak maksiller dişeti bandını ortaya çıkarır.⁸⁹

Aşırı diş eti görünümü (diş etinin 2 mm'den fazla açıkta olduğu gülümseme) yaygın olarak "gummy smile" olarak bilinir ve istemli veya istemsiz gülümseme sırasında maksiller dişeti bandının aşırı açığa çıkması olarak tanımlanır.⁹⁰ Gummy smile, gülümsemeyi gizlemeye veya kontrol etmeye yol açacak şekilde özgüveni azalttığı için estetiği ve bireyin psikolojik durumunu etkiler. Dişlerin değişmiş pasif sürmesi, dentoalveoler ekstrüzyon, dikey maksiller fazlalık ve kısa veya hiperaktif dudak kasları aşırı dişeti görünümüne neden olur. Maksiller diş eti görünümüne ilişkin

olarak yürütülmüş olan bir klinik araştırmada, 3 mm'den fazla diş eti görünümünün genellikle estetik olarak algılanmadığını belirtilmiştir. Sonuç olarak, gülümseme tasarımının, diş eti görüntüsünün düşük ile ortalama gülümseme çizgisi aralığında olması gerektiğini savunmaktadır. Bu aralık daha genç ve çekici bir gülümseme ile ilişkilidir. Düşük gülümseme çizgisi, yaşlanmanın bir sonucu olarak kabul edilir ve hastalar arasında istenen bir sonuç değildir.⁸⁹⁻⁹¹

2.4. Estetik Diş Hekimliği Uygulamaları

2.4.1. Ortodontik Tedavi

Ortodonti; yüzün büyümesi, oklüzyonun gelişimi ve okluzal anomalilerin önlenmesi (maloklüzyon) ve düzeltilmesi ile ilgilenen diş hekimliği dalıdır.⁹² Görünümü etkileyen maloklüzyonlar bireyin kendine güvenini de etkileyebilir, bireyde istenmeyen sosyal cevap ve negatif kişilik gelişimine neden olabilir. Gülüş görünümünün iyileştirilmesi, hastaların ortodontik tedaviye yönelmelerinin ana nedenlerinden biridir.³⁸ 20. yüzyılda Edward Angle, çekici gülümseme estetiğiyle örtüştüğü düşünülen optimal oklüzyona vurgu yaparak bu sorunu ele almıştır.⁹³ Ortodontistler ve diğer diş hekimleri araştırma çabalarını ortodontik tedavi yoluyla optimal oklüzyona ulaşmak ve anteriorda estetik görüntüyü sağlamak için kılavuzlar geliştirmeye ve sağlamaya odaklanmışlardır. Geçmişte tanı, hasta profilinin fotoğraflarıyla birleştirilmiş sefalometrik analize dayanmaktaydı, gülümseme analizi ve tasarımı genellikle tedavi planlaması sırasında yeterince vurgulanmamaktaydı. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, tedavi planlamasında diş estetiğine artan talebe doğru kademeli bir kayma meydana gelmiş ve artık estetik açıdan hoş giden bir gülümseme, ortodontik tedavinin temel amacı olmaya başlamıştır.⁹³⁻⁹⁵

2.4.2. Protetik Tedavi

Ön bölgedeki diş şekil ve boyut anomalileri, ileri düzeydeki renklenmeler, pozisyon bozuklukları, periodontal hastalık, travma ya da konjenital nedenlerle meydana gelen diş kayıpları estetik sorunlara yol açabilmektedir. Bu sorunları gidermek için sıklıkla başvurulanan yöntemler, bu dişlerin kron ile kaplanması; eksik diş durumunda ise köprü, implant ya da adeziv köprü uygulamalarıdır.⁹⁶

Uzun yıllar boyunca ön dişlerin estetiğinin sağlanmasında tam kronlar kullanılmış, fakat bu yaklaşım sağlıklı diş dokularının büyük ölçüde

uzaklaştırılmasına, pulpa ve periodontal dokularda tahribatlara neden olmuştur. Adeziv tekniklerin ve kompozit rezinlerin geliştirilmesi; restore edilecek dişlerde fonksiyonun devamlılığını sağladığı gibi, sağlıklı fakat estetik olmayan dişlerin estetiğinin sağlanmasına ve aynı zamanda sağlam dokuların korunmasına katkıda bulunmuştur.⁹⁷⁻⁹⁹ Bu olumlu özelliklerinin yanında rezin kompozitler, renklenme, aşınma gibi dezavantajlarından dolayı estetik olarak sınırlı bir uzun ömre sahiptirler.¹⁰⁰ 1980'lerde geliştirilmeye başlanan porselen lamina veneerler, hastaların gülüşünü minimal, hatta bazen non-invaziv bir şekilde geliştirme fırsatı sunmuş ve günümüzde yaygın olarak kabul gören dayanıklı ve popüler bir prosedür haline gelmiştir. Renklenmiş dişlerde estetiği sağlamak, diastemaların kapatılması, hipoplastik dişleri yeniden şekillendirmek, minör diş pozisyon problemlerini estetik olarak maskelemek amacıyla, travmaya uğramış anterior dişlerde lamina veneerler kullanılır.¹⁰¹ Günümüzde porselen lamina veneerler mükemmel klinik performans sergilemektedirler, materyaller ve teknikler geliştikçe en öngörülebilir, en estetik ve en az invaziv tedavi yöntemlerinden biridir. Dişlerinin şeklinin, yüzey yapısının, dokusunun ve konumunun düzenlenmesinde de yoğun bir şekilde kullanılabilmektedir.¹⁰²

2.4.3. Diş Sert Dokularına Adezyon, Bonding, Adeziv Restoratif Uygulamalar

Adezyon, modern restoratif diş hekimliğinin temel taşıdır. Dental bonding sistemleri, restoratif materyalleri sert bir diş dokusuna bağlayan ve retansiyonu, marjinal sızdırmazlığı ve diş-restorasyon arayüzü direncini iyileştiren bir ara madde görevi yapmaktadırlar.¹⁰³ Restoratif prosedürün başarısı adeziv materyallerin bağlanma etkinliğine bağlıdır. Buna göre dental adezivler, restoratif diş hekimliğinde temel malzemelerden biri ve Sağlık Bilimlerinde ilgi çekici biyomateriyallerden biri haline gelmiştir.¹⁰⁴

Anterior dişlerde travmaya bağlı meydana gelen kırıklar, çürük lezyonlar, gelişimsel kusurlar veya herhangi bir nedenle oluşan diş sert doku kayıplarının, diastemaların kapatılmasının, renk ve şekil bozukluklarının giderilmesinin; minimal invaziv unsurlara sadık kalınarak, tedavi edilmesini sağlayan en temel yöntem adeziv restoratif uygulamalardır. Kaybedilen fonksiyon ve estetik hem optik hem de mekanik

açından, doğal diş dokularını taklit edebilme yeteneğine sahip olan rezin kompozitlerle yüksek hasta memnuniyeti sağlanarak geri kazandırılabilir. ¹⁰⁵

Porselen restorasyonlara göre daha az maliyet ve tedavi seansı gerektiren rezin kompozit restorasyonlarda, gelişmiş adeziv sistem teknolojileri sayesinde retansiyon ve rezistansın sağlanması için, daha minimal preparasyonlara gereksinim duyulmaktadır. ¹⁰⁶

2.4.4.Yumuşak Doku Estetiği

Yüz estetiği yönetiminde sanatın ve bilimin birleşimi, dengeli bir uyum, güçlü ve kalıcı bir gülüş elde etmek için önemlidir. Ayrıca, biçim, işlev ve biyolojiyi korurken estetiğin yeniden sağlanmasına yardımcı olur. Ahenkli bir gülümseme, ağzın "beyaz" ve "pembe" bileşenleri arasında uygun bir denge sağlanması ile oluşur. Bu, her şeyden önce, dengeli ve estetik bir kontur elde etmek için diş eti uyumsuzluklarının düzeltilmesine ek olarak periodontal sağlığın korunmasını içerir. Perio-estetik, periodontal tedavinin bu yönünü içerir. Periodontal cerrahi işlemler; diş etinin diş ve dudaklara göre morfolojisini ve konumunu düzeltmek için kullanılır. ⁴¹

Periodontolojide estetik, öncelikle sağlıklı bir periodonsiyumun oluşturulması ve dişlerin korunması ile başlar. Bu nedenle, periodontal tedavinin en önemli vurgusu, klinik olarak belirgin olan bir inflamasyonun azaltılması olmalıdır. İleri periodontal ve Perio-estetik tedavi ancak inflamasyonun azalması ve klinik sağlığın tam olarak sağlanmasından sonra denenmelidir. ¹⁰⁷ Diş etinin şekli, işlevi, konturu ve rengindeki herhangi bir eşitsizlik, elektif periodontal prosedürler, estetiğin iyileştirilmesine yönelik müdahaleler için endike olabilir. Perio-estetik prosedürler için bir gösterge görevi gören çeşitli klinik senaryolar şunları içerir:

1. Asimetrik dişeti konturu; genellikle kron boyu uzatma veya gingivoplasti teknikleriyle tedavi edilir. ¹⁰⁸

2. Aşırı dişeti görüntüsü / gummy smile; gummy smile tedavisi nedenine/nedenlerine göre planlanmalıdır. Gingivektomi ve Botox enjeksiyon tekniğinin kombine edildiği tedavi şeklinde şiddetli diş eti gülümsemesinin önlenmesinde başarılı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ancak botulinum toksininin (BT) teknikleri, avantajları, dezavantajları, endikasyonları ve kontrendikasyonları literatürde tartışılmaktadır. ^{109,110}

3. Diş eti pigmentasyonunda; neşter, bur, LAZER, elektrocerrahi veya kriyocerrahi kullanımı ile depigmentasyon endikedir.¹¹¹

4. Anormal frenal bağlanma: frenektomi için endikedir.¹¹²

2.4.5. Beyazlatma Tedavileri

Günümüzde insanlar dişlerini "daha beyaz, daha parlak ve daha sağlıklı görünen" yaptığına inanılan ağız bakım ürünleri aramaktadır.¹¹³

Detaylı anemnez, klinik ve radyolojik muayene sonucunda renklenmenin kaynağı tespit edildikten sonra tedavi yöntemine karar verilir. Hem diş hekimi muayenehanesinde hem de evde dişleri beyazlatmak için birçok yaklaşım ve teknik kullanılmaktadır.⁴⁵ Renklenme tedavisinde polisaj-cila, mikro/makro abrazyon, beyazlatma, restorasyon gibi tedavi seçenekleri mevcuttur.

Beyazlatma tedavileri renklenmiş dişlerin renginin açılması (ağartılması) işlemidir. Vital ve devital dişlerde uygulamaları farklılık gösterir. Vital dişler için hekim kontrolü altında uygulanan ofis ve ev tipi beyazlatma yöntemleriyle birlikte hastaların kendilerinin eczane market veya internet satışları ile ulaşabildikleri diş macunu, gargara, beyazlatıcı bant gibi tezgâh üstü ürünler de vardır. Devital dişlerin beyazlatma tedavisinde ise profesyonel olarak uygulanan intrakronal tedavi seçenekleri vardır.^{114,115}

2.5. Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Medyanın Tarihsel Süreçte Gelişimi

Sosyal medya, insanların bir sistem içerisinde profil yaratıp, var olan diğer kullanıcılarla internet üzerinde iletişim kurup bilgi paylaşımına imkan tanıyan, web siteleri ve bilgisayar programları tarafından kullanılan uygulamalardır (Cambridge İş İngilizcesi Sözlüğü © Cambridge University Press).¹¹⁶ Web tabanlı yazılım veya web uygulaması aracılığıyla bilgisayar, tablet veya akıllı telefon, sosyal medyaya bağlanma yolları olarak kullanılabilir.¹¹⁷ Sosyal medya kullanıcılarının her türlü içerik oluşturma, bunları paylaşma ve diğer kullanıcılarla iletişim kurarak sosyal ağ oluşturmaya imkan verir.¹¹⁸ Sosyal ağ kuramcısı Manuel Castell'e göre sosyal ağlar toplumumuzun yeni sosyal morfolojisini oluşturur.¹¹⁹ Sanal topluluğun bir parçası olmak, bir tür sosyal kapsayıcılıktır. Hatta günümüzde sanal topluluğun parçası olmayan, sosyal medya kullanmayan bireyler görünmez olarak tanımlanmaktadır.¹¹⁷

Sosyal medya, modern toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın tarihi, binlerce yıl önce var olan posta dağıtım hizmetlerine kadar izlenebilir. Ancak insanlık, uzun mesafelerde mesaj iletmek ve almak için tasarlanmış bir cihaz olan telgrafın ortaya çıkması yüzyıllarca beklemiştir. 19. Yüzyıl insanlığa; pnömomatik postayı (1865), telefonu (1890) ve ardından radyoyu (1891) getirmiştir. 20. yüzyıl, e-postanın (1966), CompuServe'in (1969), Usenet'in (1979), Google'ın (1998) ve Blogger'ın (1999) gelişiyile karakterize edilmiştir. Wikipedia (2000), LinkedIn, Myspace, Workplace, Skype (2003), Facebook, Podcasting, Flickr (2004), YouTube (2005), Twitter (2006), Instagram (2010), Google+ (2011) ve Google hangout (2013) iletişim kurmak ve içerik paylaşmak için çevrimiçi ağların kurulduğu ana alanlardan oluşmaktadır.¹²⁰⁻¹²²

Dünyada sosyal medya kullanım alışkanlıklarına bakıldığı zaman, insanların %58,4'ü yani 4,62 milyarının sosyal medya kullandığını 2020 yılına göre bu oranın %14,4'lük bir artış gösterdiği görülmüştür.¹²³

Türkiye'de nüfusun %80,8'i yani yaklaşık olarak 60 milyon kişinin sosyal medya kullandığı ve günlük 2 saat 27 dakikalarını sosyal medyada geçirdikleri görülmüştür. En sık kullanılan sosyal medya platformları ise verilerine göre %82 ile Whatsapp, %67,2 ile YouTube ve %57,6 ile Instagram olmuştur.¹²⁴

2.5.1. Sosyal Medya ve Dijital Medya Farkları

Hem dijital medya hem de sosyal medya günümüz toplumunda önemli bir rol oynamaktadır, ancak ikisini birbirinden ayırmak önemlidir. Dijital medya, televizyon şovları, filmler ve podcastler dahil olmak üzere elektronik formattaki her türlü medyayı kapsayan geniş bir terim olsa da sosyal medya özellikle bireylerin, işletmelerin ve kuruluşların bilgi, kariyer ilgi alanları, fikirler oluşturmalarına ve/veya bir insan ağıyla iletişim kurmasına, paylaşmasına veya değiş tokuş yapmasına olanak tanıyan çevrimiçi platformları ve araçları ifade etmektedir.¹²⁵ Sosyal medya platformlarına örnek olarak Facebook, Twitter, Instagram ve LinkedIn verilebilir.

Sosyal medya bir tür dijital medya olmasına rağmen, tüm dijital medya platformları sosyal medya olarak kabul edilmez.¹²⁶ Örneğin, Netflix veya Hulu gibi akış hizmetleri dijital medya platformlarıdır ancak sosyal medya değildir çünkü kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girmesine veya içerik oluşturmalarına izin vermezler.

Doğru ve etkili bir şekilde kullanmak için bu iki terim arasındaki farkları anlamak önemlidir. Bu terimlerin yanlış kullanılması veya karıştırılması yanlış anlaşılma, kafa karışıklığına ve her tür medyanın etkisiz kullanımına yol açabilir. Örneğin, olası satış yaratmayı amaçlayan bir şirket, Twitter ve LinkedIn 'de sosyal medya içeriği geliştirirken televizyon veya internet gösterimi için dijital medya reklamları oluşturabilir.¹²⁷

2.5.2. Sosyal Medyanın İnsanlar Üzerine Etkisi

Dijital medya araçları tek yönlü ve direk bilgi aktarımı yaparken sosyal medya ve sosyal ağlar üzerinde bireyler çift yönlü ve karşılıklı iletişim sağlarlar. Sosyal medyada kullanıcılar oluşturdukları veya alıntıladıkları içerikleri paylaşırlarken sadece izleyici değil aynı zamanda üreticidirler. Sosyal ağ siteleri, verimli bir şekilde ağ oluşturmak için de kullanılabilir. Sosyal ağlar profesyoneller için paha biçilmez araçlar olarak işlev görebilir. Bu, profesyonellerin becerilerini pazarlamalarına ve iş fırsatları aramalarına yardımcı olabilir. Hızlı bir şekilde paylaşım yapıp diğer kullanıcılarla iletişim kurabilirler.¹²⁸

Hızlı interaktif iletişim, bireylerin birbirlerinden etkilenme hızını da artırmıştır. Artan bu hız kişiler sadece gerçek sosyal çevrelerinden değil tanımadıkları ve aralarında binlerce kilometre olan kişilerle aralarında saniyeler içinde bilgi akışının gerçekleşmesini sağlamıştır. Sosyal medya üzerinde çevrimiçi topluluklarda bilgi aktarımının bu kadar kolay ve denetimsiz yapılabilmesi özellikle halk sağlığını etkileyen doğru ve/veya güncel olmayan bilgilerin yayılması, sanal ortamda geçirilen sürenin uzaması, olumsuz yorum veya içeriklere maruz kalma gibi etkileri söz konusudur.¹²⁹ Aynı zamanda ideal beden ve yüz görüntülerine sürekli maruz kalmak çarpık vücut imajı oluşmasına neden olabilir.^{128,130}

2.5.3. Medya Okur Yazarlığı

Medya gün geçtikçe artan çeşitliliği ile hayatımıza girmektedir. Bu nedenle gelişmekte olan multimedya ortamında medya okuryazarlığı tartışmasız her zamankinden daha önemli hale gelmiştir..¹³¹ Farklı medya ortamlarıyla ve bu farklı kanallardan bize yönlendirilen mesajlarla başa çıkabilme bilgisi de aynı derecede zorlayıcı ve önemlidir. Zamanla, ana akım, klasik medya biçimleri geliştikçe ve çok daha erişilebilir hale geldikçe, bu mesajların hacmi de artmıştır. İnternet kullanımının yaygınlaşmasından önce kitap, gazete, dergi ve televizyon gibi araçlarla sınırlı olan

medya, günümüzde çeşitli sosyal medya platformları nedeniyle daha yaygın ve görsel hale gelmiş, kişiler arası etkileşim artmıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşması ile bu platformlardan gönderilen mesajlara nerede, ne zaman ve nasıl maruz kalınacağını öngörmek ya da bunu engellemek toplumun birçoğu için hiç kolay değildir. Bu noktada hangi yaşta olunursa olunsun “medya okuryazarlığı” çok önemli bir hale gelmektedir.¹³²

Okuryazarlık, belirli türde metinleri ve eserleri okumak, yorumlamak ve üretmek için bilgi ve beceri kazanmayı aynı zamanda bireyin topluma tam olarak katılabilmesi için entelektüel araçlar oluşturmasını sağlar. Kellner ve ark.’ın¹³¹ da açıkça ifade ettiği gibi yorumlamak ve bir konuyu tartışabilecek kadar potansiyel bilgi geliştirmek, diğer bir deyişle içerik üretmek medya okuryazarlığının temel unsurudur. Bu yeterlilik öğrenme ile birlikte gelmektedir.^{131,133}

Olaylara eleştirel yaklaşmak, mesajları deşifre ederken doğru soruları sormakla ilgilidir. Okuma, yazma ve geleneksel basılı okuryazarlık alanlarına bakıldığında, teknolojik devrim çağında herkesin sağlam medya okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı ve çoklu ortam okuryazarlığını geliştirmeleri gerektiği öne sürülebilir.¹³⁴ İyi bir medya okur-yazarlığı için eleştirel bir bakış açısı geliştirmek çok önemli ve gereklidir. Çünkü bu teknolojiler hayatın o kadar parçası olmuştur ki görmezden gelinmesi mümkün değildir.¹³⁵

Yapılan çalışmalarda medya okur-yazarlığına hakim olmayan bireylerde vücut memnuniyetsizliğinin [(body dissatisfaction) vücut görüntüsünden memnuniyetsizlik]] daha sık olduğu görülmüştür. Thomson ve ark.¹³⁶ çalışmalarında bireylerin medyada sunulanlar gibi ideal vücut ve yüz görünümlerini içselleştirmeleri ve kendileriyle tekrar tekrar karşılaştırmaları sonucunda, görüntü memnuniyetsizliğine yatkınlıklarının arttığını bildirmişlerdir. Bireylerin beden imajı problemlerinin nedenleri üzerine yapılan bir çalışmada da büyük ölçüde medyanın etkisinin olduğu görülmektedir.¹³⁷

2.5.4. Sağlık Bilimlerinde Sosyal Medya

Sosyal medya platformları, sağlık bilimleri de dahil olmak üzere çeşitli alanlarda giderek daha popüler bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. Milyonlarca insan güncel haberler ile ilgili bilgi sahibi olabilmek için Facebook, Snapchat, YouTube, Instagram, Twitter ve gibi sosyal medya platformlarını kullanmaktadır.¹³⁸ Bunun

nedeni, bireylerin yeni araştırma bulguları, tedavi seçenekleri ve sağlık haberleri hakkında hızlı bir şekilde bilgi sahibi olmalarını sağlayan sosyal medya aracılığıyla bilgiye erişim ve bilgi paylaşımının kolaylığıdır. Ayrıca, sosyal medya platformları hastalara, sağlık uzmanlarına ve araştırmacılara tartışmalara katılmaları ve deneyimlerini benzer durumlarda başkalarıyla paylaşmaları için bir alan sağlar. Sağlık profesyonelleri ve kuruluşları da, sağlık okuryazarlığını, öz-yeterliliği ve popülasyonların tedaviye uyumunu artırmak için bu platformları sıkça kullanmaktadır. Ayrıca sosyal medya sağlıklı alışkanlıklar edindirmek, sağlıkla ilgili bilgileri ve hastalıkları önlemeye yönelik tıbbi bilgileri yaymak için de kullanılmaktadır.^{139,140} Ancak, kaynakların güvenilirliği ve doğruluğu her zaman garanti edilemeyebileceğinden, sosyal medyada bulunan bilgilere dikkatle yaklaşmak önemlidir. Kişinin sağlığıyla ilgili herhangi bir karar vermeden önce bilgileri güvenilir kaynaklar aracılığıyla doğrulaması ve bir sağlık uzmanından yardım alması önerilmektedir. Genel olarak, sosyal medya, sağlık bilgilerine erişimde ve alandaki diğer kişilerle bağlantı kurmak için değerli bir araç olma potansiyeline sahiptir. Ancak, bu halka açık araçlar aynı zamanda benzeri görülmemiş sosyal ve sağlık risklerine de kapı açmıştır.^{141,142} Araştırmalar, bu platformların sağlığın teşviki ve geliştirilmesi için yararlı olduğunu göstermiş olmasına rağmen¹⁴³, son çalışmalar yanıltıcı sağlık bilgilerinin sosyal medya yoluyla bilimsel olarak doğru olan bilgilerden daha kolay yayılabileceğini öne sürmektedir.^{144,145} Bu nedenle, yanlış sağlık bilgilerinin nasıl yayıldığına karar vermeyi ve sağlık davranışlarını nasıl etkileyebileceğini anlamak gerekir. Sosyal medya sağlık bilimleri ile ilgili zengin bir bilgi sağlayabilirken, bu bilgilere dikkatli bir şekilde yaklaşmak ve güvenilirliğini eleştirel bir şekilde değerlendirmek de önemlidir.¹⁴⁶

2.5.5. Diş Hekimliğinde Sosyal Medya

Son zamanlarda diş hekimleri, hastalarıyla iletişim kurmak, kliniklerini ve tedavi seçeneklerini tanıtmak, itibar oluşturmak ve yeni hastalar edinmek amacıyla sosyal medyayı kullanmaya yoğun ilgi göstermeye başlamışlardır. Sosyal medyada pazarlama yapmanın faydaları sağlık alanında da fazlasıyla görülmektedir ve sosyal medya, dental pazarlamada önemli bir hale gelmektedir. Sosyal medya pazarlaması, bir uygulayıcının uzmanlığını ve hizmetlerini arayan yüzlerce potansiyel yeni hastaya ulaşmanın uygun maliyetli bir yoludur.¹⁴⁷

Diş hekimi tarafından sosyal medyanın kullanım amaçları temel olarak; reklam yoluyla hasta edinmek, hasta ve personel yönlendirmelerini sağlamak, bunun yanı sıra bu yolla görünürlük elde etmek, reklam yoluyla alınabilecek teklifler ve sigorta kaynaklarını kullanmaktır. Reklam sektörünün, bir hizmetin sağlayıcıları ile alıcıları arasındaki iletişimi teşvik edebilme, ayrıca yenilikçi teknoloji haberlerini iletebilme; bunların yanı sıra yeni ve mevcut hizmetler için talepleri ve pazarları canlandırabilme etkisi vardır. Hastalar; genellikle tavsiye, çevrimiçi inceleme ve en popüler doktorları aramak için sosyal medyadan yararlanabilmektedirler. Sosyal medyanın, özellikle doktor-hasta ilişkisinde şöhret ve popülerliğe bağlı olduğu durumlarda piyasayı ve tıp alanını yönlendirdiği söylenebilir.¹⁴⁸ Ayrıca bireyler, Instagram, Snapchat, YouTube, Facebook, Twitter gibi farklı sosyal medya platformlarını kullanarak deneyimlerini daha geniş ve dikkatli bir kitle ile paylaşabilmektedirler.

Bireylerin dental tedaviye karar verme süreçlerinde, farklı sosyal medya sitelerinde gösterilen reklamların oldukça etkili olduğu düşünülmektedir.¹⁴⁹ Son zamanlarda, hastaların dental tedavi tercihleri, büyük ölçüde dentofasiyal yapılarla ilgili estetik uygulamaları içermektedir. Gülümseme tasarımlarının, sosyal medya kullanıcıları arasında en çok aranan estetik yöntem olduğu görülmekte ve bu durum, dental tedavi gereksinimlerini büyük ölçüde arttırmaktadır.¹⁵⁰ Bunun bir diğer nedeni de bireylerin, sosyal medya üzerinde sürekli gördükleri ideal gülümseme olarak adlandırılan “Hollywood gülüşü” görüntülerine ilgi duyma eğilimleridir.

Bununla birlikte sosyal medya, hastalar ve sağlık profesyonelleri için kalitesiz bilgi dağıtımı, profesyonel imajın zedelenmesi, hasta mahremiyetinin ihlali, kişisel mesleki sınırların ihlali ve doğal olarak lisans kaybı veya yasal sorunlar gibi bazı potansiyel riskler de oluşturmaktadır.¹⁵¹

2.6. Beden İmajı : Gerçek ve İdeal Beden İmajı

Beden imajı terimi ilk olarak psikanalizin babası Sigmund Freud'un öğrencisi olan Avusturyalı nörolog ve psikanalist Paul Schilder (1935) tarafından ortaya atılmıştır. Beden imajının, bedenle ilgili tutum ve arzular da dahil olmak üzere çocukluğun farklı evrelerinde değişen zihinsel bir temsil olduğunu ve kişinin fiziksel, duygusal ve bilişsel gelişiminin yanı sıra çevrenin ona karşı tutumundan etkilendiğini savunmuştur.¹⁵² Beden imajı kavramı, “kendi bedenimizin zihnimizde oluşan resmi,

yani bedenimizin kendimize nasıl görüldüğü” şeklinde tanımlamıştır. Beden imajı, kişinin kendi vücudunun bölümlerine ve işlevlerine yönelik olumlu ve olumsuz duygularının öz değerlendirmesidir. Beden imajı; bedenlerimizi zihnimizde nasıl şekillendirdiğimizdir ve benlik saygısı ile yakından ilişkilidir. Ayrıca cinsiyet, yaş, vücut yapısı, kilo durumu, duygusal hassasiyet ve kişinin vücuduna verdiği anlamdan, medya baskısından ve toplumun vücut görünümüne verdiği tepkiden etkilenir.¹⁵³

Gerçek beden kavramı ise, kişinin sahip olduğu fiziksel yapı ve görünüşünü ifade eder. Vücut görüntüsü, genetik ve çevresel faktörler tarafında belirlenir. Kişinin boyu, kilosu, vücut kitle indeksi gibi objektif olarak görülebilen verileri içerir. İdeal vücut, kişinin sahip olmak istediği vücut şeklidir.¹⁵⁴ Bireyler, vücudun tamamını veya bir bölümünü estetik müdahaleler ve çabalarla değiştirerek ideal beden görüntüsüne ulaşmak isterler. İdeal beden imajının oluşumunda insanların yorumları, ebeveyn tutumları, moda, dijital ve sosyal medya, kişiler arası etkileşimler, kültür, eğitim gibi birçok değişken etkili olabilir.¹⁵⁵ Doğumdan itibaren kişinin bedeni hakkında yapılan yorumlar, özümsemiş, standart ideal bir beden imajının oluşmasına zemin hazırlar. Gerçek beden ile ideal beden arasında ne kadar çok fark varsa kişinin bu durumdan etkilenme derecesi o kadar fazladır. İdeal beden algısı öznel bir değerlendirmedir.¹⁵⁶ Kişinin kendi bedeni ile olmak istediği vücut şekli arasında farklılık vücut memnuniyetsizliği ortaya çıkmaktadır.¹⁵⁷

2.6.1 Vücut Memnuniyetsizliği

Vücut memnuniyetsizliği, “kişinin kendi bedeni hakkındaki olumsuz düşünce ve duyguları” ya da genellikle kişinin kendi fiziksel bedeninin olumsuz subjektif değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır.¹⁵⁸ Bu sorun her yaştan insanı; çocukları, ergenleri, yetişkinleri, yaşlıları ve hatta okul öncesi çocukları bile etkiler.¹⁵² Bunun nedeni olarak modern dünyada bireylerin, sosyal medya ve toplum tarafından gerçekçi olmayan vücut şekli görüntülerine maruz kalması olarak gösterilebilir.¹⁵⁹

Vücut memnuniyetsizliğinin göstergeleri diyet, egzersiz, vücut geliştirme, anabolik steroid kullanımı ve estetik işlemlere ve cerrahiye eğilim olabilir.¹⁶⁰ Johnson ve ark.¹⁶¹ tarafından yapılan çalışma da vücut memnuniyetsizliğinin düşük benlik saygısı, stres ve depresyon ile ilişkili olduğu ortaya konulmuştur.

2.6.2 Vücut Memnuniyetsizliği ve Sosyal Medya

Sosyal medya sitelerinin özellikle ilgi çekici olan bir yönü, özçekimler (yani kişinin kendi kendini çektiği fotoğraflar) dahil olmak üzere kendi fotoğraflarıdır. Fotoğraf çekmek ve sosyal medyaya yüklemek, sosyal paylaşım sitesi kullanıcılarının kendilerini tanıtmalarının en yaygın yoludur.¹⁶² Şu anda Instagram'da "selfie" hashtag'i altında yayınlanan 500 milyondan fazla fotoğraf olduğu düşünülmektedir.¹⁶³ Toplumun çekicilik ideallerine uyan özçekimlerinin, yüz görüntülerinin ve tam vücut görüntülerinin görülmesi, dentofasiyal ve vücut memnuniyetsizliğinin artmasıyla ilişkilendirilmiştir.^{164,165} Özçekimlerin olumsuz etkisinin, kısmen, bireylerin yaptığı fotoğraf manipülasyonu düzeyinden kaynaklanabileceğini öne süren bazı kanıtlar da vardır.¹⁶⁶ Bu manipülasyonlar, bireylerin yüz özelliklerini/vücut kısımlarını düzenlemesine izin veren Facetune veya VSCO gibi fotoğraf düzenlemeye özgü uygulama yelpazesi ile yapılmaktadır.^{162,165} Bu uygulamalar genel olarak bir görüntüyü geliştirmek için kullanılsa da, hem kesitsel hem de deneysel araştırmalar, fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmadan önce görüntü özelliklerini değiştirmek için fotoğraf manipülasyonu yapan bireylerin, yüz görüntüsü memnuniyetsizliğindeki artış ile ilişkili olduğunu göstermektedir.¹⁶⁷ Ek olarak, fotoğraf manipülasyonu uygulamalarının kolaylığı, kullanılabilirliği ve uyarlanabilirliği, bireylerin bu araçlara daha fazla erişimi olduğu anlamına gelir ve bu da estetik prosedürlerde artış oranı gibi potansiyel olumsuz sonuçlara yol açabilir.¹⁶⁸ Kişinin görünüşünü iyileştirmek için fotoğraf düzenleme uygulamalarının ve filtrelerinin artan mevcudiyeti, botoks ve dermal dolgu maddeleri gibi özellikle invaziv olmayan estetik prosedürlerin internet aramalarının sayısındaki artışa katkıda bulunduğu söylenebilir.^{169,170} Zamanla, fotoğraf manipülasyonunun, gerçekçi olmayan güzellik beklentileri yarattığı ve potansiyel olarak bu beklentileri karşılamak için estetik işlemler ve estetik cerrahi düşünmeye yol açtığı öne sürülmüştür.¹⁷¹

2.6.3. Dental Özgüven

Diş görünümü, yüz güzelliğinin temel faktörlerinden biridir ve kişinin özellikleri hakkındaki varsayımları etkileyebilir. Bazı mesleklerde prestijli bir işe girmenin ön koşulunun iyi diş görünümü olduğu ileri sürülmüştür.¹⁷² Çalışmalar, hastaların dişlerinin dizilişinden ve şeklinden memnun olduklarında kendilerini daha iyi ve daha güvenli hissettiklerini ve diş çapraşıklığının olumsuz psikososyal etkilere

yol açtığını göstermiştir.^{36,173-175} Diş renklenmesi yüz çekiciliğini etkiler, böylece görünüş ile sosyal statü ve kabul edilebilirlik arasındaki ilişki nedeniyle bireylerin benlik ve sosyal algılarını etkiler.¹⁷⁶ Ek olarak, diş hizalamasının diş görünümü, gülümseme memnuniyeti ve estetik memnuniyet üzerinde büyük etkisi vardır. Maloklüzyon, dişlerin hizalanmasıyla sınırlı değildir, iskelet ve diş problemlerinin bir kombinasyonu olabilir. Kötü ağız hijyeni ve diş eti iltihabından kaynaklanan kötü kokuya ek olarak, konuşma (fonasyon) da maloklüzyondan etkilenebilir.¹⁷⁷ Beden imajı ve dental özgüvenin düşük olması, bireyler için büyük bir endişe kaynağıdır, psikolojik ve sosyal uyumu da etkiler. Diş-yüz estetiğinin sosyal etkileşim ve psikolojik iyilik hali üzerinde büyük etkisi vardır. Ağız sağlığının iyi olmaması, düşük dental özgüvene, özellikle sosyal temaslarda utanmaya neden olabilir ve yaşam kalitesini etkiler.¹⁷⁸

2.7. Benlik Kavramı ve Benlik Saygısı

Benlik saygısı, bireylerin kendilerine karşı geliştirdikleri olumlu ya da olumsuz tutumlar, kendileri hakkında olumlu ya da olumsuz öznel değerlendirmeler ve yargılar ve kişi tarafından ifade edilen değerlilik yargısı olarak tanımlanabilir.^{179,180} Korkmaz ve ark.'a¹⁸¹ göre benlik saygısı, bireyin kendisine değer verildiğini hissetmesi, yeteneklerini gösterebilmesi, toplumda sevilip kabul görmesi, kendi fiziksel özelliklerini kabul edip benimsemesi gibi kendisinde beğendiği ve beğenmediği özellikleriyle ilgilidir ve bireyin kendi değeri hakkındaki yargısını gösterir. Benlik saygısı, William James tarafından bir asırdan uzun bir süre önce ortaya atılan sosyal bilimlerdeki en eski konulardan biridir.¹⁸⁰ William James, 1890'da "Psikolojinin İlkeleri" adlı kitabında bir özbilinç kuramı geliştirmiştir. James, benlik saygısını, kendi imajımızı nasıl gördüğümüz ve onu onaylanıp onaylamaması şeklinde tanımlar. Benlik saygısı fikri, kendimize duyduğumuz sevgi kavramıyla tanımlanır. Aynı zamanda egomuzu tanımlayan içsel değerlerimizle de bağlantılıdır. Benlik kavramının önde gelen isimlerinden biri olan Carl Rogers, benlik kavramını davranışın en önemli belirleyicisi olarak görmektedir. Olaylara ilişkin algılarımızın, davranış biçimimizi nesnel gerçeklerden daha fazla etkilediğini savunan, aynı zamanda psikolojide benliğin önemli bir düzenleme birimi olduğunu fark eden ilk kişilerden biridir.^{182,183} Benlik kavramı, kişinin kendini tanıdığı ve bu benlik kavramına uyum sağlayarak çevresini algıladığı andan itibaren, çevre etkileşimi ile meydana gelir. Birey zamanla benlik kavramına uygun yaşantıları benimser, uygun olmayanları

reddeder veya benlik kavramına uyacak şekilde değiştirir. Rogers'a göre benlik, gerçek benlik ve ideal benlik olarak ikiye ayrılır. Gerçek benlik, bireyin tüm düşüncelerini, algılarını ve değerlerini oluştururken, ideal benlik, bireyin olmak istediği ve zihninde idealleştirdiği kişiyi temsil eder. Bu teoriye göre, ideal benlik ile gerçek benlik arasındaki boşluk benlik saygısı düzeyini tanımlar. İdeal benlik ile gerçek benlik arasındaki fark fazla ise kişinin benlik saygısı düşük demektir. Aksine, ideal benlik ile gerçek benlik arasındaki farkın az olması, kişinin benlik saygısının yüksek olduğu anlamına gelir.¹⁸³

2.7.1. Benlik Saygısının llmesi

Benlik saygısının değerlendirilmesi William James'in yazılarına kadar uzanır. Değerlendirmelerin yapıldığı ölçümlerin davranışsal ve bilişsel olmak üzere çeşitli teorik arka planları mevcuttur.¹⁸⁴ Araştırmacılar o yıllardan beri, karmaşık öz-ideal tutarsızlık ölçütlerini, öz bildirim ölçütlerini, bilgi kaynağı rapor ölçütlerini, deneyim örnekleme ölçütlerini ve çocuklar için kukla ve resim temelli ltleri geliştirmişlerdir. şimdiye dek en yaygın kullanılan öz-bildirim leği Rosenberg Benlik Saygısı leği'dir.¹⁸⁵

Rosenberg Benlik Saygısı leği Morris Rosenberg (1963) tarafından 5024 ergen katılımcı ile geliştirilmiş, güvenirlik ve geçerlik çalışmalarını ülkemizde Çuhadaroglu ve ark.¹⁸⁶ tarafından yürütmüştür . Ölçeğin geerlilik oranı 0.71, test – tekrar test güvenilirlik katsayısı 0.75 olarak belirtilmiştir.^{186,187} Rosenberg Benlik Saygısı leği toplamda 12 alt başlık ve 63 sorudan meydana gelmektedir. Alt kategoriler gerek duyulması durumunda tek tek kullanılabilir. Bireylerin benlik saygısını ölçmek için ölçeğin ilk 10 sorusu kullanılmaktadır. Rosenberg Benlik Saygısı leği likert tipi cevaplama sistemine sahiptir. Katılımcılar 10 soru için 4 farklı cevaptan (1- çok doğru, 2- doğru, 3- yanlış, 4- çok yanlış) en uygununu seçip işaretleme yapmaktadır. Olumlu ve olumsuz anlamlı maddeler sıralanmıştır. 1. 2. 4. 6. ve 7. maddeler olumlu, 3. 5. 8. 9. ve 10. maddeler olumsuzdur. Puanlama 0-1 puan yüksek benlik saygısı, 2-4 puan orta benlik saygısı, 5-6 puan düşük benlik saygısı şeklinde. Ölçek puanlamasına göre puan dşke, benlik saygısı yükselirken; puan yükseldikçe, benlik saygısı düşer.

2.7.2. Benlik Saygısı Düzeyleri

Benlik saygısı genellikle üç seviyeye ayrılır: yüksek benlik saygısı, düşük benlik saygısı ve orta benlik saygısı. Her düzeyin yaşam kalitesi, kaygı eğilimi ve depresyon gibi kendine has özellikleri vardır.¹⁸⁰

A. Düşük benlik saygısı genellikle bireyin olumsuz bir öz değerlendirmesi olarak ifade edilmektedir.¹⁷⁹ Epstein (1979), benlik saygısı düşük olan bireylerin mutsuz, kızgın, tehdit altında, içine kapanık, gergin, dağınık, çelişkili ve ölçülü hissetme olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Benlik saygısı düşük olan kişiler, distimik bozukluk, majör depresyon, anksiyete bozukluğu, yeme bozuklukları, cinsel işlev bozuklukları, patolojik utanç, intihar girişimleri ve kişilik bozukluklarından muzdarip olma eğilimindedir.¹⁸⁰ Rosenberg ve Owens'a (2001) göre, düşük benlik saygısı, aşırı duyarlılık, istikrarsızlık, özbilinç, özgüven eksikliği, bir tehdide karşı kendini koruma kaygısı, risk alma eksikliği, genel depresyon, karamsarlık, yalnızlık ve yabancılaşma duygularıyla ilişkilidir.¹⁸⁸

B. Orta benlik saygısı, yüksek benlik saygısına yol açabilecek gelişimsel faktörlere yeterince maruz kalmamış ve bu tür faktörlere maruz kalmadıklarından dolayı daha düşük benlik saygısına sahip bireyler olarak tanımlanmaktadır.¹⁸⁰ Orta benlik saygısına sahip bireyler aşırı uçlarda değil, arada yer alırlar.

C. Yüksek benlik saygısı genellikle bireyin olumlu bir öz değerlendirmesi olarak ifade edilmektedir.¹⁷⁹ Epstein (1979), benlik saygısı yüksek olan bireylerin kendilerini mutlu, güvenli, enerjik, sakin, şefkatli, uyanık, açık fikirli hissetme olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda bireylerin iş performansı ve problem çözme becerilerine yardımcı olur. Yüksek benlik saygısı, yüksek ahlaka dayalı sağlıklı ilişkiler ve olumlu grup performansı ile bağlantılıdır. Ancak yüksek benlik saygısı, savunuculuk, narsisizm, zorbalık, gereğinden fazla başarı odaklı olma, tatmin edici olmayan ilişkiler için başkalarını suçlama ve kendine aşırı değer verme gibi bazı istenmeyen davranışlara da neden olabilir.¹⁸⁰

2.7.3.Sosyal Medyada Benliğin Sunulması ve Benlik Saygısı

Sosyal medya bireylere benliğini dilediği şekilde sergileme fırsatı veren, normalde sahip olduğu benliğinden farklı bir benlik algısı sunabileceği teknolojik bir gelişmedir. Sosyal medya “ya görüldüğün gibi ol ya da olduğun gibi görün” felsefesinden “hiçbir şey görüldüğü gibi değildir” felsefesine dönüşüme neden olan en büyük etkenlerdendir.¹⁸⁹ Ancak bireylerin sosyal medya ortamında yarattıkları bu ideal dijital benlik onların gerçeklik ile ilişkilerini zedeleyebilmektedir.¹⁹⁰ Fotoğraf paylaşımı tabanlı sosyal medya sitelerinde çeşitli efektlerle kişisel fotoğrafların düzenlenebilmesi, kişilerin dijital benlikleriyle aynada gördükleri gerçek yansımaları arasında uçurumun oluşmasına neden olmaktadır. Bunun da bireylerin benlik saygılarını azalttığı düşünülmektedir.

3.GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Etik Onay

Pamukkale Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Restoratif Diş Tedavisi Anabilim Dalı'nda yürütülen bu çalışma için Pamukkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 100095 sayılı karar ile Etik Kurul onayı alınmıştır (Ek-1).

3.2. Katılımcılar

Çalışma evreni gönüllü olarak çalışmaya dahil olacak, Türkiye'de yaşayan 19-59 yaş grubundaki, sosyal medya kullanan yetişkinlerdir. Araştırmanın örneklem büyüklüğü ise, %95 güven aralığı %5 düzeyinde hata payıyla %80 güçte güç analizi tekniğiyle hesaplanmış, 398 kişi olarak belirlenmiştir.

Çalışmaya 19 ile 59 yaş aralığında sosyal medya kullanan, ankete katılmaya gönüllü 592 kişi katılmıştır. Katılımcıların kimlik bilgileriyle (isim, soy isim ve T.C. kimlik numarası) ilgili herhangi bir kayıt yapılmamıştır. Araştırma Helsinki Deklerasyonu'na uygun olarak yürütülmüş ve çalışma hakkındaki bilgilendirici metin katılımcılara ankete başlamadan önce verilmiştir.

3.2.1. Çalışmaya Dahil Edilme Kriterleri

- 19-59 yaş aralığında olan
- Çalışmaya katılmaya gönüllü olan ve anket doldurmayı kabul eden
- Sosyal medya kullanan bireyler dahil edilmiştir.

3.2.2. Çalışmaya dahil edilmeme kriterleri

- 19-59 yaş aralığı dışında olan
- Çalışmaya katılmak istemeyen
- Sosyal medya kullanmayan bireyler dahil edilmemiştir.

3.3. Çalışma Planı

Çalışmanın ilk ayında çalışmaya uygun kriterlerde; Whatsapp, Instagram, e-mail üzerinden ulaşılabilecek ve yüz yüze anket yapılabilecek gönüllüler bulunmuş, bu gönüllülerin koordinasyonu sağlanıp anket uygulaması için planlama yapılmıştır. Bir sonraki iki aylık dönemde anketler online ve yüz yüze olmak üzere iki farklı

şekilde uygulanmıştır. Daha sonraki dönemde ise veriler sisteme girilmiş, istatistiksel analizler yapılmış, bulgular değerlendirilmiştir.

3.4. Anket Çalışması

Anket çalışması, online ulaşılabilecek gönüllüler için Google form üzerinden hazırlanan anket online link olarak Whatsapp, Instagram ve e-mail üzerinden gönderilerek, cevaplar kabul edilmiştir. Yüz yüze yapılan anket formları da toplanmıştır. Anket uygulanırken anketin başındaki bilgilendirme metninin mutlaka okunması gerektiği ile ilgili katılımcılar bilgilendirilmiştir. Toplanan anketler araştırmacı (G.Ö.) tarafından muhafaza edilmiştir.

3.5. Anket İçeriği

Oluşturulan “Diş Hekimliğinde Sosyal Medya Paylaşımlarının Dental Özgüven ve Estetik Memnuniyet ile Benlik Saygısı Üzerine Etkisinin İncelenmesi” başlıklı anketin ilk üç sorusunda gönüllülerin yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarının dahil olduğu demografik bilgileri alınmış, bu bilgiler katılımcıları sınıflamak amacıyla kullanılmıştır.

Katılımcıların 4. soruda sosyal medyada geçirdikleri zaman, 5. soruda estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edinilen bilgilere güvenip güvenmedikleri tespit edilmek istenmiştir.

6. soruda sosyal medyada en çok görülen estetik işlem, 7. soruda sosyal medya reklamlarının etkisiyle estetik diş tedavisi yaptırılıp yaptırılmadığı, 8. soruda ise estetik diş hekimliği ile ilgili vaka ve reklamların bireyler üzerindeki etkisi sorgulanmıştır.

9. soruyla katılımcıların estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini en çok neyin etkilediğinin öğrenilmesi amaçlanmıştır.

10, 11, 12 ve 13. sorular katılımcıların dental özgüvenlerini ölçmek amacıyla sorulan sorulardır. Bununla birlikte 14, 15, 16, 17, 18, 19. sorularda katılımcıların kendi ön dişlerinin spesifik özelliklerini değerlendirmeleri istenmiştir.

Son 10 soru ise benlik saygısını ölçmek için kullanılan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğidir. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Morris Rosenberg (1963) tarafından 5024 ergen katılımcı ile geliştirilmiş, güvenilirlik ve geçerlik çalışmalarını

Ülkemizde uhadaroğlu ve ark.¹⁸⁶ yürütmüştür . lęęin geğerlilik oranı 0.71, test – tekrar test güvenilirlik katsayısı 0.75 olarak belirtilmiştir.^{186,187} Rosenberg Benlik Saygısı lęęi toplamda 12 alt başlık ve 63 sorudan meydana gelmektedir. Alt kategoriler gerek duyulması durumunda tek tek kullanılabilir. Bireylerin benlik saygısını lęmek için lęęin ilk 10 sorusu kullanılmaktadır. Rosenberg Benlik Saygısı lęęi likert tipi cevaplama sistemine sahiptir. Katılımcılar 10 soru için 4 farklı cevaptan (1- çok doğru, 2- doğru, 3- yanlış, 4- çok yanlış) en uygununu seçip işaretleme yapmaktadır Olumlu ve olumsuz yüklü maddeler ardışık sıralanmıştır. 1. 2. 4. 6. ve 7. maddeler olumlu, 3. 5. 8. 9. ve 10. maddeler olumsuzdur. 0-1 puan yüksek benlik saygısı, 2-4 puan orta benlik saygısı, 5-6 puan düşük benlik saygısı olarak puanlandırılmıştır. lęek puanlamasında düşük puan, benlik saygısının ykseklğini; yüksek puan, benlik saygısının düşüklüğünü göstermektedir (Ek-2).

3.6. İstatistiksel Analiz

Bu çalışmada elde edilen veriler SPSS 22.0 programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson ki-kare (χ^2) testi ile kullanılmıştır. Anlamlılık seviyesi $p<0,05$ olarak belirlenmiştir. Ayrıca frekans analizi yapılarak, sonuçlar yüzde olarak da verilmiştir.

4.BULGULAR

4.1. Genel Bulgular

Tablo 4.1. Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyete göre dağılımı

CİNSİYET	n	%
Kadın	364	%61,5
Erkek	228	%38,5

Çalışmaya katılan 592 kişinin % 61,5'i kadın, %38,5'i erkektir (Tablo 4.1).

Tablo 4.2. Araştırmaya katılan bireylerin yaş gruplarına göre dağılımı

YAŞ GRUPLARI	n	%
19-29	350	%59,1
30-39	120	%20,3
40-49	80	%13,5
50-59	42	%7,1

Anketi cevaplayan kişilerin yarısından fazlası 19-29, 120'si 30-39, 80'i 40-49 ve 42'si 50-59 yaş aralığındadır (Tablo 4.2).

Tablo 4.3. Araştırmaya katılan bireylerin eğitim düzeylerine göre dağılımı

EĞİTİM DÜZEYİ	n	%
İlkokul	79	%13,3
Lise	121	%20,4
Üniversite	343	%57,9
Yüksek Lisans	33	%5,6
Doktora	16	%2,7

Eğitim durumları incelendiğinde ise 79 kişinin ilkokul, 121 kişinin lise, 343 kişinin üniversite mezunu olduğu; 33 kişinin yüksek lisans, 16 kişinin doktora yaptığı görülmüştür (Tablo 4.3).

Tablo 4.4. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

	n	%
Günde 1 saatten az	102	%17,2
Günde 1-2 saat	189	%31,9
Günde 2 saatten çok	301	%50,8

Günde kaç saatin sosyal medyada geçirildiği sorgulandığında 102 kişi (%17,2) günde 1 saatten az cevabını verirken, 189 kişinin (%31,9) günde 1-2 saat, 301 kişinin (%50,8) ise günde 2 saatten çok bir süreyi sosyal medyada geçirmekte olduğu görülmüştür (Tablo 4.4).

Tablo 4.5. “Estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

	n	%
Evet	72	%12,2
Hayır	294	%49,7
Kararsızım	226	%38,2

Ankete katılan kişilerin estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindikleri bilgilere güvenip güvenmedikleri sorulduğunda katılımcıların %12,2’si “Evet” diyerek güvendiğini, %49,7’si “Hayır” diyerek güvenmediğini belirtmiş, %38,2’i ise kararsız kalmıştır (Tablo 4.5).

Tablo 4.6. “Sosyal medyada en çok gördüğünüz estetik dental işlem hangisidir?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

	n	%
Ortodontik işlem (diş çapraşıklıklarının düzeltilmesi)	115	%19,4
Protetik işlem (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin kaplanması)	107	%18,1
Lamina veneer uygulaması (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin sadece ön yüzlerinin yaprak porselen ile kaplanması)	150	%25,3
Gülerken ya da konuşurken normalden fazla görünen diş eti için botox uygulaması	10	%1,7
Diş beyazlatma	210	%35,5

Çalışmaya katılanların çoğunluğu (%35,5) sosyal medya üzerinde en çok gördükleri estetik dental işlem sorulduğunda “Diş beyazlatma tedavisi” cevabını vermişlerdir. Bunu 150 kişiyle “Lamina veneer uygulaması (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin sadece ön yüzlerinin yaprak porselen ile kaplanması)”, 115 kişiyle “Ortodontik işlem (diş çapraşıklıklarının düzeltilmesi)”, 107 kişiyle “Protetik işlem (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin kaplanması)” ve 10 kişiyle “Gülerken ya da konuşurken normalden fazla görünen diş eti için botox uygulaması” izlemiştir (Tablo 4.6).

Tablo 4.7. “Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

	n	%
Evet	151	%25,5
Hayır	441	%74,5

Katılımcılardan sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördükleri için estetik diş tedavisi yaptırap yaptırmadıkları ya da yaptırmayı düşünüp düşünmedikleri sorulduğunda %74,5'i "Hayır" derken, %25,5'i "Evet" demiştir (Tablo 4.7).

Tablo 4.8. "Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusuna verilen cevapların dağılımı

	n	%
İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.	309	%52,2
İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.	171	%28,9
Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.	112	%18,9

Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüldüğü incelendiğinde 309 kişi "İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir." derken, 171 kişi "İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.", 112 kişi "Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum." cevaplarını vermişlerdir (Tablo 4.8).

Tablo 4.9. “Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok ne etkiler?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

	n	%
Arkadaş tavsiyesi	119	%20,1
Teklif ve indirimler	44	%7,4
Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları	100	%16,9
Diş hekiminin uzman olup olmaması	300	%50,7
Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesi	1	%0,2
Diş hekimi ya da diş kliniğinin sosyal medyadaki aktivitesi	28	%4,7

Estetik diş tedavisi yaptırırken hekim tercihlerini en çok etkileyen neden incelendiğinde ise ankete katılan kişilerin yarısından fazlası (%50,7) “Diş hekiminin uzman olup olmaması”, %20,1’i “Arkadaş tavsiyesi”, %16,9’u “Sosyal medyada yayınlanan öncesi ve sonrası fotoğrafları”, %7,4’ü “Teklif ve indirimler”, %4,7’si “Diş hekimi ya da kliniğin sosyal medya aktivitesi” seçeneklerini tercih ederken sadece 1 kişi “Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesinden” etkilendiğini belirtmiştir (Tablo 4.9).

Tablo 4.10. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz? Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?, Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?, Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorularına verilen cevapların dağılımı

	Cevaplar	n	%
Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	308	%52
	Hayır	153	%25,8
	Kararsızım	131	%22,1
Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	317	%53,5
	Hayır	160	%27
	Kararsızım	115	%19,4
Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?	Evet	155	%26,2
	Hayır	335	%56,6
	Kararsızım	102	%17,2
Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?	Evet	155	%26,2
	Hayır	355	%60
	Kararsızım	102	%13,9

Anket sonuçlarına göre, genel olarak gülüş ve dişlerinden memnun olup olmadıkları sorusuna 308 kişi, fotoğraf, video veya topluluk önünde konuşurken gülüş ve dişlerinden memnun olup olmadıklarıyla ilgili soruya ise 317 kişi “Evet” diyerek memnun olduklarını belirtmişlerdir (Tablo 4.10).

Gülüş ve diş görünümlerinin sosyal medyada fotoğraf paylaşmaya engel olup olmayacağı değerlendirildiğinde 335 kişi “Hayır”, 155 kişi “Evet” demiştir. Gülümseme ve konuşma sırasında ağzı el ile gizleme veya ağzı kapalı gülümseme

eğilimi gösterip göstermeme sorusunda ise 355 kişi “Hayır” diyerek böyle bir eğilim göstermediğini belirtmiştir (Tablo 4.10).

Tablo 4.11. Dental memnuniyet ile ilgili parametrelere verilen cevapların dağılımı

	Çok memnunum		Memnunum		Kararsızım		Memnun değilim		Hiç memnun değilim	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Dişlerin hizalanması/ simetrisi/ aralığı/ çapraşıklığı	87	%14,7	262	%44,3	83	%14	123	%20,8	37	%6,3
Üst ve alt çenenin pozisyonu	105	%17,7	306	%51,7	86	%14,5	74	%12,5	21	%3,5
Dişlerin rengi / tonu	41	%6,9	240	%40,5	112	%18,9	157	%26,5	42	%7,1
Ön dişlerin bütünlüğü/ şekli /boyutu	78	%13,2	295	%49,8	77	%13	113	%19,1	29	%4,9
Konuşurken veya gülerken ortaya çıkan üst veya alt ön dişlerin uzunluğu	80	%13,5	332	%56,1	72	%12,2	84	%14,2	24	%4,1
Ön dişlerde herhangi bir kaplama veya dolgu mevcutsa kalitesi	38	%6,4	159	%26,9	69	%11,7	51	%8,6	17	%2,9

Katılımcıların dental memnuniyetleri değerlendirildiğinde söz konusu parametrelerle ilgili genel olarak memnun oldukları görülmüştür. Ortak bir şekilde memnun olmadıkları parametre dişlerin rengidir. 592 katılımcıdan 258’inin ön bölgede dolgusu, kaplaması herhangi bir restorasyonun olmadığı tespit edilmiştir. Restorasyonu olan katılımcıların da büyük çoğunluğu restorasyonlarından memnun oldukları görülmektedirler (Tablo 4.11).

Tablo 4.12. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinden alınan puanlara göre benlik saygısı düzeyleri dağılımı

Benlik saygısı	n	%
Yüksek	441	%74,5
Orta	151	%25,5
Düşük	0	0

Verilen cevaplara göre her katılımcının benlik saygısı hesaplandıktan sonra yüksek benlik saygısı, orta benlik saygısı, düşük benlik saygısı olarak bireyler değerlendirilmiştir. 441 katılımcının (%74,5) yüksek benlik saygısına, 151 katılımcının (%25,5) orta benlik saygısına sahip olduğu görülmüştür. Düşük benlik saygısına sahip bir katılımcı yoktur (Tablo 4.12)

4.2. Çalışmadan Elde Edilen Verilerin Demografik Bulgularla Karşılaştırılması

Tablo 4.13. Sosyal medyada geçirilen zamanın cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%		
Günde Kaç Saatinizi Sosyal Medyada Geçiriyorsunuz?	Günde 1 Saatten Az	55	15,1	47	20,6	3,347	0,188**
	Günde 1-2 Saat	116	31,9	73	32		
	Günde 2 Saatten Çok	193	53	108	47,4		

*Pearson ki-kare testi

** p>0.05

Sosyal medyada geçirilen zamanla cinsiyet faktörü karşılaştırıldığında arada istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmezken (p>0,05), ankete katılan kadın katılımcıların yarısından fazlası günde 2 saatten fazla zamanı sosyal medya platformları üzerinde geçirdiğini söylerken bu oran erkek katılımcılar için %47,4'te kalmıştır (Tablo 4.13).

Tablo 4.14. Sosyal medyada geçirilen zamanın yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş								x ²	p*
		19-29		30-39		40-49		50-59			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
Günde Kaç Saatinizi Sosyal Medyada Geçiriyorsunuz?	Günde 1 Saatten Az	21	6	27	22,5	34	42,5	20	47,6		
	Günde 1-2 Saat	103	29,4	46	38,3	27	33,8	13	31	116,924	0,0001**
	Günde 2 Saatten Çok	226	64,6	47	39,2	19	23,8	9	21,4		

*Pearson ki-kare testi

** p<0.0001

Gün içinde sosyal medyada geçirilen zamanla yaş faktörü karşılaştırıldığında (p<0,0001) aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. 19-29 yaş aralığındaki kişilerin %64,6'sının günde 2 saatten daha fazla sosyal medya kullandığı görülmüştür. Aynı yaş aralığında günde 1 saatten az sosyal medya kullanım oranı %6, günde 1-2 saat sosyal medya kullanımı ise %29,4 şeklindedir.

30- 39 yaş aralığındaki bireylerin %22,5'i günde 1 saatten az, %38,3'ü günde 1-2 saat, %39,2'si ise günde 2 saatten daha fazla zamanını sosyal medyada geçirmektedir.

40-49 yaş aralığında yer alan 34 kişi günde 1 saatten az, 27'si günde 1-2 saat, 19'u günde 2 saatten daha fazla sosyal medya kullanmaktadır.

50-59 yaş aralığına gelindiğindeyse bu aralıktaki 42 katılımcının %47,6'sı günde 1 saatten az, %31'i günde 1-2 saat, %21,4'ü günde 2 saat fazla sosyal medya kullandıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 4.14).

Tablo 4.15. Sosyal medyada geçirilen zamanın eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x ²	p*
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Günde Kaç Saatinizi Sosyal Medyada Geçiriyorsunuz?	Günde 1 Saatten Az	39	49,4	26	21,5	30	8,7	4	12,1	3	18,8	83,943	0,0001**
	Günde 1-2 Saat	25	31,6	35	28,9	115	33,5	9	27,3	5	31,3		
	Günde 2 Saatten Çok	15	19	60	49,6	198	57,7	20	60,6	8	50		

*Pearson ki-kare testi

** p<0.0001

Eğitim düzeyi ile sosyal medyada geçirilen günlük süre birlikte değerlendirildiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (p<0,0001), Tablo 4.15'te görüldüğü gibi ilkokul mezunlarının yarısına yakını günde 1 saatten az lise mezunlarının yarısına yakını ise günde 2 saatten çok sosyal medya kullandığı görülmüştür. Üniversite mezunu, yüksek lisans yapmış, doktora yapmış katılımcıların ise büyük çoğunluğu sosyal medyayı günde 2 saatten fazla kullandıklarını bildirmişlerdir (Tablo 4.15).

Tablo 4.16. Katılımcıların estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkındaki düşüncelerinin cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%		
Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?	İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.	201	55,2	108	47,4	6,982	0,03**
	İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.	106	29,1	65	28,5		
	Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.	57	15,7	55	24,1		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.05

Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında anket katılımcılarının ne düşündükleri değerlendirildiğinde cinsiyet ile arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu (p<0,05) tespit edilmiştir. Tablo 4.16’da görüldüğü üzere kadın katılımcıların %55,2’si, erkek katılımcıların %47,4’ü estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının insanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabileceğini düşünmektedir. Kadın katılımcıların %15,7’si ile erkek katılımcıların %24,1’i ise estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının herhangi bir etkisi olmayacağını düşündüklerini belirtmişlerdir (Tablo 4.16).

Tablo 4.17. Katılımcıların estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkındaki düşüncelerinin yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş								x ²	p*
		19-29		30-39		40-49		50-59			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?	İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.	192	54,9	55	45,8	41	51,2	21	50		
	İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.	126	36	27	22,5	12	15	6	14,3	61,276	0,0001**
	Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.	32	9,1	38	31,7	27	33,8	15	35,7		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.0001

Anket çalışmasına katılan kişilerin sosyal medya etkisi hakkında ne düşündükleri yaşla birlikte değerlendirildiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p<0,0001). 19-29 yaş aralığındaki katılımcıların %54,9'u, diğer yaş gruplarında da yarısı ya da yarısına yakını estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının insanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabileceğini bildirmişlerdir. Yaş ilerledikçe herhangi bir etkisi olmayacağını düşünenlerin oranı artarken, olumsuz etki edebileceğini düşünenler azalmıştır (Tablo 4.17).

Tablo 4.18. Katılımcıların estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkındaki düşüncelerinin eğitim düzeylerine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x ²	p*
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?	İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.	37	46,8	58	47,9	194	56,6	15	45,5	5	31,3		
	İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.	8	10,1	30	24,8	11	33,5	9	27,3	9	56,3	65,8	0,0001**
	Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.	34	43	33	27,3	34	9,9	9	27,3	2	12,5		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.0001

Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında düşünülenle eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (p<0,0001). Tablo 4.18 incelendiğinde de ilkokul, lise, üniversite mezunları ve yüksek lisans yapmış katılımcıların çoğunluğu estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının insanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabileceğini düşünürken doktora yapmış katılımcıların %56,3'ü insanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabileceğini düşünmektedir. İlkokul mezunlarının %43'ü estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının herhangi bir etkisi olmayacağını düşündüklerini belirtirken bu oran üniversite mezunları arasında %9,9'dur (Tablo 4.18).

Tablo 4.19. Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok neyin etkilediği sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	N	%		
Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok ne etkiler?	Arkadaş tavsiyesi	74	20,3	45	19,7	8,637	0,124**
	Teklif ve indirimler	19	5,2	25	11		
	Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları	65	17,9	35	15,4		
	Diş hekiminin uzman olup olmaması	188	51,6	112	49,1		
	Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesi	0	0	1	0,4		
	Diş hekimi ya da diş kliniğinin sosyal medyadaki aktivitesi	18	4,9	10	4,4		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

Anketi cevaplayan kişilerin estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini en çok etkileyen etken demografik faktörlerle birlikte değerlendirildiğinde cinsiyetle arasında anlamlı bir istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p>0,05).

Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini en çok etkileyen etken cinsiyet faktörü ile karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmamakla birlikte (p=0,124) kadınların %51,6'sı ile erkeklerin %49,1'i diş hekiminin uzman olup olmaması seçeneğini işaretlemişlerdir. Bunu arkadaş tavsiyesi ve sosyal medyada yayınlanan öncesi sonrası fotoğrafları izlemiştir (Tablo 4.19).

Tablo 4.20. Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok neyin etkilediği sorusuna verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş								x ²	p*
		19-29		30-39		40-49		50-59			
Estetik diş tedavisi için diş hekimini tercihinizi en çok ne etkiler?		n	%	n	%	n	%	n	%		
	Arkadaş tavsiyesi	60	17,1	34	28,3	20	25	5	11,9	60,127	0,0001**
	Teklif ve indirimler	15	4,3	11	9,2	8	10	10	23,8		
	Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları	85	24,3	9	7,5	4	5	2	4,8		
	Diş hekiminin uzman olup olmaması	171	48,9	63	52,5	44	55	22	52,4		
	Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesi	1	0,3	0	0	0	0	0	0		
	Diş hekimi ya da diş klinikinin sosyal medyadaki aktivitesi	18	5,1	3	2,5	4	5	3	7,1		

*Pearson ki-kare testi

** p<0.0001

Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini en çok etkileyen etken yaş ile istatistiksel olarak karşılaştırıldığında (p<0,0001) diş hekiminin uzman olup olmaması seçeneğinin bütün yaş gruplarını en çok etkileyen neden olduğu görülmüştür. Diğer nedenler 19-29 yaş aralığı için sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları, 30-39 ve 40-49 yaş aralıkları için arkadaş tavsiyesi olmuştur.

Teklif ve indirimler seçeneği bütün yaş grupları arasında %23,8 oranıyla en çok 50-59 yaş grubunda tercih nedeni olarak gösterilmiştir (Tablo 4.20).

Tablo 4.21. Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok neyin etkilediği sorusuna verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x ²	p*
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok ne etkiler?	Arkadaş tavsiyesi	14	17,7	25	20,7	70	20,4	7	21,2	3	18,8	40,087	0,005**
	Teklif ve indirimler	7	8,9	17	14	18	5,2	1	3	1	6,3		
	Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları	3	3,8	13	10,7	73	21,3	9	27,3	2	12,5		
	Diş hekiminin uzman olup olmaması	47	59,5	61	50,4	167	48,7	15	45,5	10	62,5		
	Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesi	0	0	1	0,8	0	0	0	0	0	0		
	Diş hekimi ya da diş kliniğinin sosyal medyadaki aktivitesi	8	10,1	4	3,3	15	4,4	1	3	0	0		

*Pearson ki kare testi

**p<0.01

Eğitim düzeyi ile karşılaştırıldığında bütün gruplarda diş hekiminin uzman olup olmaması seçeneğinin diş hekimi tercihinizi en çok etkileyen neden olduğu görülmüştür. Bunu üniversite mezunu ve yüksek lisans yapmış grupta sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları seçeneği izlemiştir. İlkokul (%17,7), lise (%20,7) mezunlarında ve doktora yapmış

katılımcılarda (%18,8) ise arkadaş tavsiyesi seçeneğinin en çok etkileyen 2. tercih nedeni olduğu görülmüştür. Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesi seçeneği ise lise mezunu sadece 1 katılımcının estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihini en çok etkileyen neden olduğu belirlenmiştir (Tablo 4.21).

Tablo 4.22. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%		
Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	202	55,5	106	46,5	4,997	0,082**
	Hayır	90	24,7	63	27,6		
	Kararsızım	72	19,8	59	25,9		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

“Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde cinsiyet ile arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki görülmemiştir (p>0,05).

Kadın ve erkek katılımcılar birbirlerine benzer şekilde genel olarak gülüş ve diş görünümlerinden memnun oldukları, kadınların %19,8’i, erkeklerin ise %25,6’sı kararsız olduklarını belirtmişlerdir (p>0,05) (Tablo 4.22).

Tablo 4.23. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş									
		19-29		30-39		40-49		50-59			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	179	51,1	70	58,3	38	47,5	21	50	7,107	0,311**
	Hayır	87	24,9	30	25	27	33,8	9	21,4		
	Kararsızım	94	24	20	16,7	15	18,8	12	28,6		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

Genel olarak gülüşlerinden ve dişlerinin görünümünden memnun olup olmadıkları yaş gruplarıyla birlikte değerlendirildiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamakla birlikte memnun olmayanlar 19-29 yaş grubunda %24,9, 30-39 yaş grubunda %25, 40-49 yaş grubunda %33,8, 50-59 yaş grubunda %21,4 şeklindedir (Tablo 4.23).

Tablo 4.24. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x²	P*
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	39	49,4	43	35,5	200	58,3	16	48,5	10	62,5	25,02	0,002**
	Hayır	27	34,2	44	36,4	69	20,1	9	27,3	4	25		
	Kararsızım	13	16,5	34	28,1	74	21,6	8	24,2	2	12,5		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.01

Katılımcıların dişlerinin ve gülüşlerinin görünümünden memnuniyetleri eğitim düzeylerine göre değerlendirildiğinde ilkökul, lise, üniversite mezunlarının, yüksek lisans yapmış ve doktora yapmış kişilerin en çok ‘Evet’ cevabı verdikleri görülmüştür. Bunu ilkökul ve lise mezunları ile yüksek lisans ve doktora yapmış kişilerde ‘Hayır’ cevabı izlemiştir. Üniversite mezunu katılımcılarda ise ‘Evet’ cevabını ‘Kararsızım’ cevabı izlemiştir (Tablo 4.24).

Tablo 4.25“Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%		
Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	210	57,7	107	46,9	6,892	0,032**
	Hayır	92	25,3	68	29,8		
	Kararsızım	62	17	53	23,2		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.05

“Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde cinsiyet ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüş kadınların %57,7’si ile erkeklerin %46,9’sı evet cevabını vererek memnun olduklarını belirtmişlerdir (p<0,05) (Tablo 4.25).

Tablo 4.26. “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınen konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş									
		19-29		30-39		40-49		50-59		x ²	p*
		n	%	n	%	n	%	n	%		
Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınen konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	191	54,6	73	60,8	35	43,8	18	42,9	9,683	0,139**
	Hayır	92	26,3	31	25,8	25	31,3	12	28,6		
	Kararsızım	67	19,1	16	13,3	20	25	12	28,6		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınen konuşma ve gülme esnasında dişlerin görünümünden memnun olup olmadıkları yaş grupları ile karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı çoğunluğun memnun olduğu görülmüştür (p>0,05) (Tablo 4.26).

Tablo 4.27 “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x²	p*
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?	Evet	38	48,1	54	44,6	201	58,6	14	42,4	10	62,5	37,944	0,0001**
	Hayır	29	36,7	43	35,5	81	23,6	2	6,1	5	31,3		
	Kararsızım	12	15,2	24	19,8	61	17,8	17	51,5	1	6,3		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.0001

“Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” verilen cevaplar eğitim düzeyi ile karşılaştırıldığında ilkokul, lise, üniversite mezunu katılımcılar ile doktora yapmış katılımcıların çoğunluğu memnun olduklarını belirtirlerken yüksek lisans yapmış katılımcıların çoğunluğu (%51,5) kararsız kalmıştır (p<0,0001) (Tablo 4.27).

Tablo 4.28 Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%		
Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?	Evet	98	26,9	57	25	0,332	0,847**
	Hayır	205	56,3	130	57		
	Kararsızım	61	16,8	41	18		

* Pearson ki-kare testi

**p>0,05

“Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde cinsiyet ($p>0,05$) ile arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir. Ancak gülüşün ve dişlerin görünümünün sosyal medyada fotoğraf paylaşmayı engelleyebileceğini düşünen kadınların oranının erkeklerle göre fazla olduğu görülmektedir (Tablo 4.28)

Tablo 4.29. Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş								x ²	p*
		19-29		30-39		40-49		50-59			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?	Evet	94	26,9	33	27,5	18	22,5	10	23,8	3,850	0,697**
	Hayır	197	56,3	70	58,3	47	58,8	21	50		
	Kararsızım	59	16,9	17	14,2	15	18,8	11	26,2		

*Pearson ki kare testi

** $p>0,05$

Çalışmaya katılan kişilerin gülüş ve diş görünümünün sosyal medyada fotoğraf paylaşımına engel olup olmayacağı ile bireylerin yaşları arasında anlamlı istatistiksel ilişki olmamasına ($p>0,05$) rağmen 50-59 yaş grubunda kararsız kalanların oranı bu paylaşımları engelleyebileceğini düşünenlerden fazladır (Tablo 4.29).

Tablo 4.30. “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi											
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora		X ²	p*
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?	Evet	20	25,3	33	27,3	91	26,5	6	18,2	5	31,3	5,075	0,75**
	Hayır	45	57	63	52,1	194	56,6	23	69,7	10	62,5		
	Kararsızım	14	17,7	25	20,7	58	16,9	4	12,1	1	6,3		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

“Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde eğitim düzeyi (p>0,05) ile de arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı görülmüştür. Yüksek lisans yapmış bireyler arasında hayır cevabını işaretleyerek engellemeyeceğini söyleyenler %69,7’dir (Tablo 4.30).

Tablo 4.31. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet							
		Kadın		Erkek		x ²	p*		
		n	%	n	%				
Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?	Evet	98	26,9	57	25	5,304	0,07**		
	Hayır	225	61,8	130	57				
	Kararsızım	41	11,3	41	18				

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

“Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna

verilen cevaplar değerlendirildiğinde bireylerin cinsiyetleri ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamasına rağmen, erkeklerin kadınlara göre daha fazla kararsız kaldığı görülmüştür ($p>0,05$) (Tablo 4.31).

Tablo 4.32. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş									
		19-29		30-39		40-49		50-59			
		n	%	n	%	n	%	n	%	x²	p*
Gülümseme/ konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?	Evet	89	25,4	36	30	19	23,8	11	26,2	5,204	0,518**
	Hayır	205	58,6	74	61,7	51	63,7	25	59,7		
	Kararsızım	56	16	10	8,3	10	12,5	6	14,3		

*Pearson ki-kare testi

** $p>0,05$

Anket katılımcılarının gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi en az 40-49 yaş aralığında görülmüştür. Ancak verilen cevaplar ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p>0,05$) (Tablo 4.32).

Tablo 4.33. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x ² p*	
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Gülümseme/ konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?	Evet	22	27,8	43	35,5	80	23,3	7	21,2	3	18,8	8,847	0,355**
	Hayır	47	59,5	66	54,5	211	61,5	21	63,6	10	62,5		
	Kararsızım	10	12,7	12	9,9	52	15,2	5	15,2	3	18,8		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

Tablo 4.33’te görüldüğü gibi gülümseme/ konuşma sırasında dişlerini el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı en çok ağız kapalı gülümseme eğilimi gösteren grup lise mezunlarıdır. Buna rağmen bu soruya verilen cevaplarla katılımcıların eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p>0,05).

Tablo 4.34. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne verilen cevapların cinsiyete göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Cinsiyet				x ²	p*
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%		
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	272	74,7	169	74,1	0,027	0,87**
	Orta	92	25,3	59	25,9		

*Pearson ki-kare testi

**p>0,05

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği uygulanan katılımcıların benlik saygısı düzeyleri demografik verilerle karşılaştırıldığında cinsiyet (p>0,05) (Tablo 4.34) ve

eğitim düzeyi ($p>0,05$) (Tablo 4.35) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmazken yaş grupları ($p<0,05$) (Tablo 4.36) ile arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.35. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'ne verilen cevapların yaş gruplarına göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Yaş								x ²	p*
		19-29		30-39		40-49		50-59			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	249	71,1	88	73,3	70	87,5	34	81	10,198	0,017**
	Orta	101	28,9	32	26,7	10	12,5	8	19		

*Pearson ki-kare testi

** $p<0,05$

Benlik saygısı en yüksek grubun 40-49 yaş grubu olduğu görülmektedir (Tablo 4.35).

Tablo 4.36 Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'ne verilen cevapların eğitim düzeyine göre dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Eğitim Düzeyi										x ²	p*
		İlkokul		Lise		Üniversite		Yüksek lisans		Doktora			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	61	77,2	94	77,7	244	71,1	27	81,8	15	93,8	7,045	0,134**
	Orta	18	22,8	27	22,3	99	28,	6	18,2	1	6,3		

*Pearson ki-kare testi

** $p>0,05$

Eğitim düzeyine göre benlik saygısı değerlendirildiğinde benlik saygısı en yüksek grup doktora yapmış kişilerin oluşturduğu gruptur. Ancak çalışmamızda benlik saygısı ile eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür ($p>0,05$) (Tablo 4.36)

4.3. Çalışmadan Elde Edilen Verilerin Sosyal Medyada Geçirilen Zamanla Karşılaştırılması

Tablo 4.37. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Estetik dış tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?” sorularına verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?							
		Günde 1 saatten az		Günde 1-2 saat		Günde 2 saatten çok			
		n	%	n	%	N	%	x ²	p*
Estetik dış tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?	Evet	11	10,8	12	6,3	49	16,3	14,117	0,007**
	Hayır	59	57,8	96	50,8	139	46,2		
	Kararsızım	32	31,4	81	42,9	113	37,5		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.01

“Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Estetik dış tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?” sorularına verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (p<0,01). Günde 1 saatten az sosyal medyada vakit geçiren katılımcıların %57,8’i estetik dış tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiği bilgilere güvenmediğini belirtirken günde 2 saatten daha fazla sosyal medyada vakit geçirenler arasında bu oran %46,2’dir (Tablo 4.37).

Tablo 4.38. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?” sorularına verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?							
		Günde 1 saatten az		Günde 1-2 saat		Günde 2 saatten çok			
		n	%	n	%	N	%	x²	p*
Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?	Evet	15	14,7	46	24,3	90	25,5	9,456	0,009**
	Hayır	87	85,3	143	75,7	211	74,5		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.01

“Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?” sorularına verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (p<0,01). Günde 1 saatten az zamanını sosyal medya üzerinde geçiren grubun sosyal medya etkisiyle estetik diş tedavisi yaptırıp yaptırmadığı sorusuna ‘Hayır’ cevabı verme oranı diğer gruplara göre daha yüksektir (Tablo 4.38).

Tablo 4.39. “Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorularına verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?							
		Günde 1 saatten az		Günde 1-2 saat		Günde 2 saatten çok			
		n	%	n	%	N	%	x ²	p*
Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?	İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.	53	52	97	51,3	159	52,8		
	İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.	14	13,7	50	26,5	107	35,5	35,505	0,0001**
	Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.	35	34,3	42	22,2	35	11,6		

*Pearson ki-kare testi

**p<0,0001

“Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?” ve “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorularına verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (p<0,0001). En çok günde 2 saatten fazla zamanı sosyal medya üzerinde geçiren kişiler estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisinin olumsuz olabileceğini belirtmişlerdir (Tablo 4.39).

Tablo 4.40. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'ne verilen cevapların "Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?" sorusuna verilen cevapların dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?							
		Günde 1 saatten az		Günde 1-2 saat		Günde 2 saatten çok			
		n	%	n	%	n	%	x²	p*
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	83	81,4	154	81,5	204	67,8	14,550	0,001**
	Orta	19	18,6	35	18,5	97	32,2		

*Pearson ki-kare testi

**p<0,001

Sosyal medyada geçirilen zamanla katılımcıların benlik saygıları karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (p<0,001). Günde 1 saatten az sosyal medya kullanan katılımcıların %81,4'ü, günde 1-2 saat sosyal medya kullanan katılımcıların %81,5'i yüksek benlik saygısına sahipken bu oran günde 2 saatten çok sosyal medya kullanan katılımcılar arasında %67,8'dir (Tablo 4.40).

4.4. Çalışmadan Dental Özgüven ile İlgili Elde Edilen Verilerin Benlik Saygısı ile Karşılaştırılması

Tablo 4.41. "Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?" sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?							
		Evet		Hayır		Kararsızım			
		n	%	n	%	n	%	x²	p*
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	244	55,3	98	22,2	99	22,4	12,481	0,002**
	Orta	64	42,4	55	36,4	32	21,2		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.01

“Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevaplar katılımcıların benlik saygıları ile birlikte değerlendirildiğinde aralarında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0,01$). Benlik saygısı yüksek olan 244 kişi (%55,3) , benlik saygısı orta olan 64 kişi (%42,4) genel olarak gülüşlerinden ve dişlerinin görünümünden memnun olduklarını bildirmişlerdir. Benlik saygısı yüksek 98 kişi (%22,2), benlik saygısı orta olan 55 kişi (%36,4) ise genel olarak gülüşlerinden ve dişlerinin görünümünden memnun olmadıkları görülmektedir (Tablo 4.41).

Tablo 4.42. “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?							
		Evet		Hayır		Kararsızım			
		n	%	n	%	n	%	x ²	p*
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	249	56,5	102	23,1	90	20,4	13,322	0,001**
	Orta	68	45	58	38,4	25	16,6		

*Pearson ki-kare testi

** $p<0.001$

Katılımcıların fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinin görünümünden memnun olup olmadıkları benlik saygıları ile karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($p<0,001$). Yüksek benlik saygısına sahip 249 birey (%56,5) ve orta benlik saygısına sahip 68 birey (%45) fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinin görünümünden memnun olduklarını belirtmişlerdir. Yüksek benlik saygısına sahip 102 birey (%23,1) ve orta benlik saygısına sahip 58 birey (%38,4) fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinin görünümünden memnun olmadıkları görülmektedir (Tablo 4.42).

Tablo 4.43. “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?							
		Evet		Hayır		Kararsızım			
		n	%	n	%	n	%	x ²	p*
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	96	21,8	269	61	76	17,2	18,806	0,0001**
	Orta	59	39,1	66	43,7	26	17,2		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.0001

“Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” sorusuna verilen cevaplar katılımcıların benlik saygıları ile karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,0001$). Katılımcılardan yüksek benlik saygısına sahip kişilerin %21,8’i gülüşlerinin ve dişlerinin görünümünün sosyal medyada fotoğraf paylaşımlarına engel olduğunu, %61’i ise engel olmadığını belirtmişlerdir. Orta benlik saygısına sahip kişilerin %39,1’i gülüşlerinin ve dişlerinin görünümünün sosyal medyada fotoğraf paylaşımlarına engel olduğunu, %43,7’si engel olmadığını belirtmişlerdir (Tablo 4.43).

Tablo 4.44. “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna verilen cevapların katılımcıların benlik saygıları üzerindeki etkilerinin dağılımı ve istatistiksel olarak karşılaştırılması

		Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?							
		Evet		Hayır		Kararsızım			
		n	%	n	%	n	%	x ²	p*
Rosenberg Benlik Saygısı	Yüksek	101	22,9	280	63,5	60	13,6	10,764	0,005**
	Orta	54	35,8	75	49,7	22	14,6		

*Pearson ki-kare testi

**p<0.01

“Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorusuna verilen cevaplar katılımcıların benlik saygıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (p<0,01). Yüksek benlik saygısına sahip 441 bireyin %63,5’i gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi göstermediğini, %22,9’u ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterdiğini söylemiştir. Bu oranlar orta düzeyde benlik saygısına sahip bireyler arasında %49,7’sinin gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi göstermemesi, %35,8’inin ise ağzı kapalı gülümseme eğilimi göstermesi şeklindedir (Tablo 4.44)

5.TARTIŞMA

Sosyal medya platformları, insanların kendilerini çeşitli paylaşımlarla görsel olarak ifade etmeleri ve başkalarıyla etkileşimde bulunmaları için önemli bir araç haline gelmiştir.¹¹⁶⁻¹¹⁸ Bu paylaşımlar, genellikle pürüzsüz cilt, simetrik bir yüz, ince bir bel, yüksek elmacık kemikleri, mükemmel bir vücut oranı gibi, idealize edilen güzellik standartlarını yansıtabilir.^{18-20,169,191} Sosyal medyadaki fotoğrafların filtreler ve photoshop uygulamalarıyla düzenlenerek mükemmel hale getirilmesi, insanların gerçekçi olmayan bir güzellik standardına ulaşma baskısı altında hissetmelerine neden olabilir ve psikolojik olarak iyi olma hallerini etkileyebilir.^{26,27,168,169} Bu tür fotoğraf ve paylaşımlar, insanların kendilerini başkalarıyla karşılaştırıp yetersiz hissetmelerine, özgüvenlerinin azalmasına, idealize edilen görünüme ulaşma isteği duymalarına, vücut memnuniyetsizliklerinin ve fiziksel görünüm konusundaki baskı hissinin artmasına yol açabilir. Sosyal medyanın yarattığı bu karşılaştırma ve yetersizlik hissi, gerçeklikle bağdaşmayan güzellik ve yaşam standartlarına ulaşma isteğini körüklerken, aynı zamanda bu platformlar üzerindeki siber zorbalık ve eleştiriler de bireylerin benlik saygılarının düşmesine neden olabilir.^{26,27,167,170,192} Bunun sonucunda sosyal medya kullanıcıları, kendilerini daha iyi hissetmek, benlik saygılarını yani özgüvenlerini artırmak, idealize edilmiş güzellik standartlarına ulaşmak, yüksek beğeni ve takipçi sayıları için diyet ve egzersiz programlarına, özellikle daha hızlı sonuç alabilmek için estetik müdahalelere yönelmeye başlamışlardır.¹⁹³⁻¹⁹⁵ Estetik müdahaleler, insanların fiziksel görünümelerini iyileştirmek amacıyla yapılan cerrahi veya cerrahi olmayan işlemlerdir. Bu işlemler, yüz, vücut veya her ikisi için uygulanabilir. Bazı popüler estetik operasyonlar arasında burun estetiği, meme büyütme veya küçültme, liposuction, karın germe, botoks, dermal dolgu ve lazer epilasyon bulunur. Estetik müdahalelerin popülerliğinin, sosyal medya etkisiyle birlikte arttığı söylenebilir. İnsanlar, sosyal medyada beğeni ve takdir toplamak için yüzlerini veya vücutlarını şekillendirmek isteyebilirler. Örneğin, "Instagram burnu" olarak adlandırılan, küçük, hafif kalkık bir burun şekli talebi artmıştır.¹⁹⁶

Estetik müdahaleler, insanların kendilerini daha iyi hissetmelerine yardımcı olup benlik saygılarının artmasına yardımcı olabilirken, sosyal medya, insanların beklentilerini yükseltip onları mükemmeliyetçiliğe itebilir. Sosyal medya platformlarında sıkça paylaşılan estetik müdahale sonrası fotoğraflar, insanlarda "ideal" görünüme ulaşma isteği yaratırken, gerçek hayatta bunun ulaşılamaz bir hedef

olabileceği gerçeği gözden kaçırılabilir. Mükemmeliyetçilik ve ideal görünüme ulaşma isteği ideal beden imajı ile gerçek beden imajı arasındaki farkın daha da büyümesine neden olarak kişilerin benlik saygılarını olumsuz yönde etkileyebilir.^{160,171,195} Bunun yanında sosyal medyanın özellikle bireylerin benlik saygıları üzerinde olumlu etkileri de olabilir. Bazı insanlar, estetik müdahale sonrası fotoğrafların ve deneyimlerin paylaşıldığı sosyal medya hesaplarını takip ederek kendilerine destek de bulabilirler. Sosyal medya estetik müdahale geçiren kişilerin, deneyimlerini anlatarak, gerçekçi beklentileri vurgulayarak ve diğer insanları bilinçlendirerek olumlu bir etki yaratabileceği bir platform da olabilir.¹⁹⁷⁻¹⁹⁹ Kısacası sosyal medya ve benlik saygısı arasında karmaşık bir ilişki vardır ve bu ilişkinin psikolojik ve toplumsal boyutta olduğu kadar sağlık alanında da bireylerin estetik müdahalelere yönelim nedenleri üzerinden araştırılmasına ihtiyaç vardır.

Günümüzde sosyal medya, diş estetiğiyle ilgili içeriklerin de yaygın olarak paylaşıldığı bir platform haline gelmiştir. Birçok yetişkin, sosyal medyada diş estetiğiyle ilgili resimlere ve reklamlara maruz kalmaktadır. Bu durum, insanların dişlerinin görünümü ve estetiğiyle ilgili daha fazla farkındalık geliştirmelerine ve diş estetiğiyle ilgili beklentilerinin artmasına yol açmıştır. Bu çalışma, yetişkinlerin sosyal medyada çeşitli dental konularla, resimlerle veya reklamlarla karşılaşmalarının sonucunda sahip oldukları diş estetiğinden memnuniyetlerini, dental özgüvenlerini ve buna bağlı olarak benlik saygılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Çalışmamız, diş hekimleri ve sosyal medya kullanıcıları için önemli bir bilimsel veri kaynağı olabilir ve daha iyi bir diş estetiği ve psikolojik sağlık ilişkisini anlamamıza yardımcı olabilir. Sosyal medyanın hızlı yükselişi ve benimsenmesiyle birlikte, sosyal medya kullanımının bireylerin refahı üzerindeki bağıntılarını inceleyen araştırmalarda bir artış yaşanmıştır ancak literatür incelendiğinde, Türkiye’de sosyal medyanın, dental özgüven ve dental memnuniyet üzerindeki etkisi konusunda araştırmaların henüz sınırlı olduğu estetik diş hekimliğinin sosyal medyada nasıl sunulduğuyla ilgili görüşleri değerlendirmek ve benlik saygısını ölçmek için daha önce herhangi bir çalışmanın ise yapılmadığı görülmüştür. Elde ettiğimiz bulgular, sosyal medyanın diş estetiği algısı, dental özgüven ve benlik saygısı üzerindeki etkisini daha iyi anlamamızı sağlayacak ve bu konuda farkındalığı artıracaktır. Ayrıca sağlık hizmeti sunucularının sosyal medya üzerinde insanların ortak endişelerini tartışmasına ve mevcut diş

tedavilerini ticari amaçlarla yanıltmadan uygun şekilde sunmalarına teşvik edip insanlar arasında diş sağlığı farkındalığını artırmaları için de kullanabilir.

Örneklem büyüklüğü, %95 güven aralığı %5 düzeyinde hata payıyla %80 güçte güç analizi tekniğiyle hesaplanan ve 398 kişi olarak belirlenen bu tez çalışmasına 592 kişi katılmıştır. Sadece sosyal medya kullanan yetişkinlerin dahil edildiği bu çalışmaya katılanların büyük çoğunluğunun 19-29 yaş aralığında olduğu, sosyal medyada geçirilen zamanla yaş dağılımı arasındaki istatistiksel ilişkiye bakıldığında da anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($p < 0,0001$). Çalışmamıza benzer şekilde önceki çalışmalar, genç yaş grubunun sosyal medyayı kullanma oranının daha yüksek olduğunu göstermişler^{21,22,200}, diş estetiği görüntülemek için de sosyal medya kullanımının genç yaş grup arasında daha yaygın olduğunu saptamışlardır.^{23,25,149,201} Gençlerin sosyal medya platformlarına olan yoğun ilgisi, birçok faktörün birleşiminden kaynaklanmaktadır.^{200,202} Özellikle 19-29 yaş aralığındaki bireyler, dijital çağın doğal bir parçası olarak büyümüşlerdir ve teknolojiye hakimiyetleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. İnternet ve sosyal medya, bu nesil için günlük yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır.^{30,203,204} Aynı zamanda bu yaş grubunun, arkadaşları ve aileleriyle dijital olarak iletişim kurma ihtiyaçları yüksektir. Sosyal medya platformları, insanların uzak mesafelerdeki sevdikleriyle bağlantıda kalmalarına ve güncel olayları paylaşımlarına olanak tanır.^{128,130} Genç yaş grubu, yaratıcı içerikler üretme ve paylaşma konusunda da oldukça aktiftir. Fotoğraf, video, hikaye ve etkileşimli içerikler, bu yaş grubunun sosyal medya platformlarındaki etkinliğini artıran önemli faktörler arasındadır. Bununla birlikte bu yaş grubu, iş dünyasında etkin bir rol oynar ve sosyal medyayı profesyonel ağlarını genişletmek, iş ilanlarını takip etmek ve kariyerlerini geliştirmek için kullanır.^{205,206} Ayrıca sosyal medya platformları, 19-29 yaş grubu için sosyal aktivitelerin ve eğlencenin bir parçasıdır. Dijital etkinlikler, etkinlik ve etkinliklere katılım, bu yaş grubunun sosyal medyayı daha fazla kullanmasına neden olabilir.^{202,207,208}

Çalışmamızın sonuçlarına göre yaş artışıyla sosyal medya kullanımının azaldığı belirlenmiştir. Bu durumun altında yatan nedenler oldukça çeşitlidir. Lee ve ark.²⁰⁹, yaşlıların teknolojiyle uğraşırken deneyimledikleri kısıtlamaların: içsel engeller, yapısal engeller, kişilerarası engeller ve işlevsel engeller olmak üzere dört boyutu olabileceğini öne sürmüştür. Meymo ve ark.²¹⁰, tarafından yapılan araştırma da, yaşlıların neden sosyal medyayı kullanmadığını belirlemeye çalışılmıştır. Bu

çalışmada yaşlıların yaşa bağlı fiziksel ve psikolojik engellerden dolayı internet veya sosyal medyayı kullanmak için teknolojiye aktif olarak bağlanma arzularının olmadığını da bulmuşlardır. Yaş ortalaması yüksek olan nüfusun sosyal medya kullanımının daha az olmasının nedenlerinin başında yaşlı nüfusun, dijital teknolojilere ve sosyal medya platformlarına uyum sağlama sürecinde genç ve orta yaşlılara kıyasla daha fazla zorlanmaları, yeni teknolojilere ve sosyal medya platformlarına alışmak için zaman ve çaba harcamalarının, yaşlı bireyler için daha fazla güçlük oluşturması gelir.²¹⁰ Ayrıca sosyal medya platformları, internet kullanımını ve dijital okuryazarlığı gerektirir. Yaşlı nüfus içinde, teknolojik bilgi ve becerilerin düzeyi, diğer yaş gruplarından daha çeşitli olabilir. Bu da, yaşlı bireylerin sosyal medyayı kullanma isteklerini ve kabiliyetlerini etkileyebilir.²¹¹⁻²¹⁴ Bununla birlikte yaşlı bireyler, sosyal medya kullanımı sırasında kişisel verilerin güvenliği ve gizliliği konusunda endişeler yaşayabilir. Sosyal medya platformlarının veri ihlalleri ve siber güvenlik tehditleri hakkında haberler, yaşlı nüfusun bu platformlara karşı güvenini azaltabilir.²¹⁵ Yaşlı nüfusun bazı kesimleri ise, geleneksel iletişim yöntemlerine olan bağlılıklarını sürdürme eğilimindedir. Telefon görüşmeleri, mektup yazma ve yüz yüze iletişim gibi geleneksel yöntemler, yaşlı bireyler için sosyal bağlantı ve iletişimde daha çok tercih ettikleri yollar olabilir.²¹⁶ Bunların yanı sıra sosyal medya platformları genellikle genç ve orta yaşlı kullanıcıları hedef alacak şekilde tasarlanır ve içerik üretilir. Bu nedenle, yaşlı nüfusun ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına uygun içeriklerin eksikliği, sosyal medya platformlarını daha az çekici kılabilir. Ek olarak yaşlı bireyler arasında fiziksel veya duysal engellere sahip olanlar, sosyal medya platformlarını kullanmada zorluklarla karşılaşabilirler. Örneğin, yaşla birlikte artan görme veya işitme kaybı bireyler için, sosyal medya platformlarının kullanımını zorlaştırabilir.^{217,218} Yaşlı nüfusun dijital dünyada daha aktif hale gelmesini sağlamak için, teknolojiye uyum sürecini kolaylaştırmak, dijital okuryazarlığı artırmak ve yaşlılara yönelik daha erişilebilir ve ilgi çekici içerikler sunmak önemlidir.

Çağdaş toplumlarda, erkeklerin ve kadınların sosyal medya kullanım sürelerinin eşit olması beklenir çünkü toplumda cinsiyet eşitliğine daha fazla önem verilmektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına ve tercihlerine uygun çeşitli içerikleri sunarak, her iki cinsiyetten kullanıcıların da platformlarda daha fazla vakit geçirmesini sağlayabilmektedir.²¹⁹ Sosyal medya platformlarına erişim,

günümüzde neredeyse herkesin sahip olduğu cep telefonları, tabletler veya bilgisayarlar aracılığıyla sağlanabilmektedir. Bu erişim kolaylığı hem erkeklerin hem de kadınların sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmasını teşvik edebilir.^{220,221} Toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentileri de giderek değişmektedir. Artık erkekler ve kadınlar, daha özgürce ve eşit bir şekilde sosyal medya platformlarından yararlanma hakkına sahiptirler.²²²⁻²²⁴ Bu nedenle, sosyal medya kullanım sürelerinin eşit olması daha fazla düşünülebilir. Ayrıca erkek ve kadınların çoğunlukla ortak ilgi alanları vardır ve sosyal medya platformları, onlara bu ilgi alanlarını paylaşma ve keşfetme imkanı sunar. Moda, spor, teknoloji, sanat, kültür ve müzik gibi birçok konuda paylaşılan içerikler, her iki cinsiyetten kullanıcıları cezbetmeye yöneliktir.²²⁵ Bununla birlikte hem erkekler hem de kadınlar, iş ve kariyerleri için sosyal medyayı kullanarak profesyonel bağlantılar kurabilir, iş ilanlarını takip edebilir ve iş ağlarını genişletebilirler.^{205,206} Çalışmamıza katılanların yarısından fazlası kadın olmasına rağmen sosyal medyada geçirilen zamanla cinsiyet faktörü karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$). Gencer ve ark.¹³⁴ sağlık iletişimde medyanın kullanımı üzerine yaptıkları çalışmalarında, Alnjadat ve ark.²²⁶ üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının akademik performanslarına etkisini araştırdıkları çalışmalarında, Ajwa ve ark.¹⁴⁹ ile Alhuzilli ve ark.²⁵ sosyal medyanın estetik ve genel diş hekimliği üzerine etkilerinin incelendiği araştırmalarında bizim çalışmamıza benzer şekilde kadın katılımcıların sayısı erkeklerin sayısından fazla olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda internet ve sosyal medya kullanım sıklığının ve süresinin yine çalışmamızla paralel olarak istatistiksel olarak anlamlı olmadığını bildirmişlerdir. Yaptıkları bir anket çalışmasında Krasnova ve ark.²²⁷ ise, cinsiyetin sosyal ağ sitelerini kullanmaya devam etme sebeplerini nasıl etkilediğini araştırmıştır. Kadınların aileleri, arkadaşları ve topluluklarıyla bağlantı kurmak, etkileşimde bulunmak, fotoğraf ve video paylaşımı yapmak, sosyal adalet, eşitlik ve toplumsal konularla ilgili içerikleri takip ederek bu konularda farkındalık yaratmak ve değişim için harekete geçme eğilimleri nedeni ile sosyal medya kullanımına teşvik edildiklerini vurgulamıştır. Erkeklerin ise sosyal medyayı haberleri takip etmek, yeni teknolojiler ve ürünler hakkında bilgi edinmek, ilgi alanlarına dair güncellemeler almak, iş ve kariyerleriyle ilgili bağlantılar kurmak, iş ilanlarını takip etmek ve profesyonel ağlarını genişletmek, mizah içeriklerini takip etmek, eğlenceli videolar izlemek ve ilgi çekici içeriklerle vakit geçirmek için kullandıklarını bildirmiştir. Tarakçı ve ark.'nın²²⁸ 2019 yılında pazarlama iletişimde

sosyal medyanın kullanımı üzerine yaptıkları çalışmalarında kadın ve erkeklerin sosyal medya kullanma nedenleri Krasnova ve ark.'ın²²⁷ çalışmalarıyla örtüşmektedir.

Eğitim düzeyi, sosyal medya kullanım süresini etkileyebilir. Özellikle yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin, sosyal medyayı daha fazla kullanma eğiliminde olduğu görülmüştür. Çalışmamıza katılan kişilerin de %57,9'u üniversite mezunlarından oluşmaktadır ve sosyal medyada geçirilen zamanla eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Yüksek eğitilmiş bireyler, daha çok haber sitelerine, akademik içeriklere, bilimsel yayınlara ve diğer bilgi kaynaklarına erişebilirler. Bu nedenle, eğitilmiş bireyler, sosyal medyayı bilgi edinme ve eğitim gibi amaçlarla daha fazla kullanabilirler. Perrin ve ark.²⁰⁰ Amerika'da yaptıkları araştırmalarında, bizim bulgularımıza benzer şekilde, üniversitelere devam etmiş olan kişilerin, lise veya daha düşük eğitime sahip olanlara göre sosyal medyayı kullanma olasılığının daha yüksek olduğunu ve bunun 2005'ten beri tutarlı olarak devam ettiğini saptamışlardır. Sosyal medyayı benimseme oranları, üniversite veya yüksek lisans derecesine sahip olanlar için %89, ön lisans eğitimi olanlarda %86 ve lise veya daha az eğitime sahip olanlar için %70 seviyesinde bulunmaktadır.^{22,200} Türkiye'ye bakıldığında da benzer bir tablo vardır. Arıkan ve ark.²²⁹ çalışmaları sonucunda özellikle Instagram uygulaması üzerinde üniversite mezunu bireylerin takipçi ve arkadaş sayılarının daha yüksek olduğunu bildirmişlerdir.

Eğitim düzeyi sosyal medya kullanım süresi üzerine etki etmesinin yanı sıra sosyal medyanın nasıl ve ne amaçla kullanıldığı konusunda da fark oluşmasına neden olur.²⁰⁰ Daha yüksek eğitim düzeyine sahip olanlar, sosyal medyayı daha bilinçli şekilde kullanma eğiliminde olabilirler. Sahte haberlere ve yanlış bilgilere karşı daha eleştirel bir tutum sergileme olasılıkları daha yüksektir. Eğitilmiş bireyler, sosyal medyada karşılaştıkları bilgileri daha iyi analiz edebilir ve sorgulayabilirler.^{132,133,135} Eğitim düzeyi, kişisel ilgi alanlarını ve kullanılan uygulamaları da etkileyebilir. Örneğin, yüksek eğitilmiş bireyler, iş ve profesyonel ağlarını genişletmek için LinkedIn gibi platformları daha fazla kullanabilirken, düşük eğitilmiş bireyler daha çok görsel içerik paylaşımı odaklı platformlara yönelebilir.²³⁰ Eğitim düzeyi, sosyal bağlantılar ve iletişim tercihlerini de etkileyebilir. Daha yüksek eğitilmiş bireyler, akademik ve mesleki çevrelerle daha fazla etkileşimde olabilirken, düşük eğitilmiş bireyler, aileleri ve arkadaşlarıyla daha yoğun bir şekilde bağlantıda kalabilirler²³¹. Sosyal medya, eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak kullanıldığında, eğitim düzeyi bu kullanım

şeklini de etkileyebilir. Daha yüksek eğitimli bireyler, sosyal medyayı eğlence ve bilgi alışverişi için kullanırken, düşük eğitimli bireyler sosyal medyayı daha fazla boş zaman aktivitesi olarak kullanabilirler.^{232,233}

Hootsuite'in 2022 yılında yayınladığı Digital Global Overview Report'a göre toplam dünya nüfusunun internet kullanım oranı %62,5, sosyal medya kullanımı %58,4 seviyesindedir. Türkiye'de ise internet kullanım oranı %82, sosyal medya kullanımı %80,8 seviyesindedir. Bu rapora göre 16-64 yaş arası kişilerin dünya genelinde her gün internette 6 saat 58 dakika, Türkiye'deki kullanıcılarınsa internette 8 saat geçirdiği görülmüştür. Günlük sosyal medya kullanımı değerlendirildiğinde ise 16-64 yaş arası bireylerin sosyal ağlarda 2 saat 27 dakika, Türkiye'de 2 saat 59 dakika geçirdiği saptanmıştır.²³⁴ Bu raporun bulguları, katılımcılarının çoğunun günde 2 saatten fazla sosyal medya kullandıklarını göstermektedir ve bizim tez çalışmamızın bulguları ile uyumludur. 2022 raporunda bahsi geçen bu verilerin önceki yıllardaki verilerle karşılaştırıldığında arttığı görülmüştür.²³⁵ Günümüz toplumunda bireyler günlük rutin işlerinin çoğunu internet ve sosyal medya üzerinden kolayca yapabilecek hale geldiklerinden bu sürelerin daha da artması beklenebilir.

Sosyal medya, güzellik ve estetik konularında yaygın bir bilgi kaynağı haline gelmiştir.¹³⁸ Estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edinilen bilgilerin güvenilirliği konusunda bazı önemli kaygılar vardır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların kendi deneyimlerini ve görüşlerini paylaşmaları için interaktif bir alan sunar.^{139,140} Sosyal medyada estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında paylaşılan içerikler de, genellikle kullanıcıların kendi deneyimleri ve görüşleri üzerine kurulur. Bu tür içeriklerin, diğer kullanıcılara fikir verme ve ilham sağlama amacı taşıdığı doğrudur.¹⁴³ Ancak, bu içeriklerin güvenilirliği ve doğruluğu, bilimsel dayanaklara dayalı olup olmadıklarını belirlemek açısından önemlidir.¹⁴⁶ Katılımcılara estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindikleri bilgilere güvenip güvenmedikleri sorulduğunda sadece %12,2'si "Evet" diyerek güvendiklerini, %49,7'si ise "Hayır" diyerek güvenmediğini belirtmiştir. Bunun aksine Awdah ve ark.²³ 2018 yılında, Mir ve ark.²³⁶ ise 2020 yılında sosyal medyanın dental tedavilere bakış açısına etkisini araştırdıkları çalışmalarında "Diş hekimliği ve tedavi seçenekleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?" sorusuna katılımcıların yarısından fazlası "Evet" demiştir. Hamm ve ark.'²³⁷ göre, insanların çoğu interneti sağlıkla ilgili bir bilgi kaynağı olarak

kullanmıştır ve sağlıkla ilgili araştırma yapmak internet üzerinde yapılan en yaygın üçüncü etkinliktir. Pew Araştırma Merkezi tarafından 2013 yılında yapılan bir başka araştırma da, yetişkin internet kullanıcılarının %72'sinin tıbbi bilgiler için çevrimiçi destek bulduğunu göstermektedir.²³⁸ İnterneti kullanmanın ana nedenleri, doktor randevu saatlerinin yetersiz olması ve kaliteli sağlık hizmeti almanın önündeki engeller olabilir. Kolaylık, kapsam ve hız internetin ve sosyal medyanın avantajları olarak kabul edilirken, sağlık bilgilerinin güvenilirliği ile ilgili sınırlamalar, şüpheler ve genel olarak bilgi kirliliğine bağlı dezenformasyon dezavantajları olarak sayılabilir. Özellikle Covid-19 pandemisi sırasında gerçeklikle alakası olmayan sağlık personelleri tarafından onaylanmamış konu hakkında bilgisi olmayan içerik üreticilerince oluşturulmuş bilgiler sosyal medya üzerinden diğer kullanıcılara sunulmuş ve bu bilgi kirliliği sonucu panik ve korku artmış, kullanıcılar bu bilgilerin doğruluğuna dair şüphe duymuş ve sorgulamaya başlamıştır.²³⁹⁻²⁴¹ Bunun sonucunda bu tez çalışmamızı yaptığımız 2023 yılında sosyal medyada yayınlanan sağlıkla ilgili herhangi bir bilgiye olan güvenin azalmış olmasının nedeni bu bilgi kirliliği olabilir. Yaptığımız bu anket çalışmasında estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında kişilerin sosyal medyadan edindikleri bilgilere güvenip güvenmedikleri sosyal medya platformları üzerinde geçirilen zamanla karşılaştırıldığında ise aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür ($p<0,01$). Çalışmamızdan elde ettiğimiz istatistiksel analiz sonuçlarına göre sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça katılımcıların estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindikleri bilgilere güvenip güvenmedikleri sorusuna verdikleri “Hayır” cevabının sıklığı azalmış “Evet” cevabının sıklığı artmıştır. Warner-Söderholm ve ark.²⁴² yaptıkları çalışmada, bizim elde ettiğimiz verilere paralel olarak, yoğun bir şekilde sosyal medya kullanan bireylerin, sosyal medyada az zaman geçirenlere göre bu platformalar üzerindeki içeriğe güvenme eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermişlerdir. Yapılan diğer çalışmalarda da sosyal medya üzerinde daha fazla zaman geçiren bireylerin, başkalarının refahını önemseydiğine, diğer insanların yeterliliği konusunda daha az şüpheli olduklarına, sosyal ağlar üzerindeki bağlarına daha güçlü bir aidiyet duygusu hissettiklerine ve insanların sosyal medya üzerinde etkileşim halinde oldukları kişilerle gerçekten ilgilendiklerine inandıklarını bildirmişlerdir.²⁴³⁻²⁴⁵ Sosyal medyada daha çok zaman geçiren kişiler için bu platformlarda görülenlerden etkilenme, görülen şeylere inanma ve güvenme oranlarının arttığı söylenebilir .

Estetik diş hekimliği ve diş sağlığı da sosyal medyanın odak noktalarından biridir. Sosyal medya, kullanıcıların estetik dental işlemleri paylaşması ve tanıtması için etkili bir araç haline gelmiştir.¹⁴⁹ Sosyal medya platformları, estetik dental işlemleri düşünen kişilere, işlem sonuçları ve tedavi süreçleri hakkında görsel içerik sunarak bilgi sağlamakta ve sosyal medyada ilham vermektedir.¹⁵⁰ Sosyal medya üzerinde en çok görülen estetik dental işlem diş beyazlatma olurken bunu ortodontik işlem ve lamina veneer uygulaması izlemiştir. Schlichte ve ark.²⁴⁶ da araştırmalarında bizim bulgularımızla paralel olarak internet ve sosyal medyada en çok yorum yapılan estetik dental işlemlerin diş beyazlatma ve ortodontik işlemler olduğunu belirtmişlerdir. Bunun nedeni kolay anlaşılabilir tedaviler olmaları ve hastaların da bolca paylaştığı öncesi sonrası fotoğrafları olabilir. Lamina veneer uygulamasının sosyal medyada en çok görülen estetik dental uygulamalardan biri olmasının sebebi ise modern diş hekimliğinde en başarılı tedavi yöntemlerinden biri olması²⁴⁷, gerçekçi görünimleri ve doğal dişleri andıran parlaklıkları nedeniyle diş hekimleri ve hastalar arasında çok popüler olması²⁴⁸ ayrıca rekonstrüktif diş hekimliğinde minimal invaziv bir tedavi seçeneği olması olabilir.²⁴⁹

Sosyal medyada görülen estetik diş hekimliği ile ilgili reklam ve bilgiler, insanlarda estetik diş tedavisi yaptıрма düşüncesini uyandırabilir. Estetik gülüş fotoğrafları, tedavi sonuçları ve başarı hikayeleri, dişlerinde düzeltilmesi gereken sorunları olan kişilere ilham verebilir ve tedaviye yönelmelerine neden olabilir. Görsel içerikler, estetik diş tedavisi sonrası elde edilen olumlu sonuçları göstererek, potansiyel hastaların estetik diş tedavisi yaptıрма kararında etkili olabilir.^{197-199,246} Anketten elde ettiğimiz sonuçlara göre, sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördükleri için estetik diş tedavisi yaptırap yaptırmadıkları sorgulandığında %74,5'i "Hayır" cevabını vermiştir. Bizim çalışmamızla uyumlu olarak 2022 yılında Suudi Arabistan'da yetişkinler üzerine yapılan bir çalışmada katılımcıların %43,1'i "Hayır, bu nedenle hiç estetik diş tedavisi yaptırmadım ve yaptırmayı düşünmedim." şeklinde cevap vermişlerdir.²⁵ Çalışmamızda "Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?" sorusuna verilen cevaplarla sosyal medyada geçirilen zaman arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ve sosyal medyada günde 1 saatten az zaman geçiren katılımcıların sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördükleri için estetik

diş tedavisi yaptırap yaptırmadıkları sorusuna “Hayır” cevabı verme oranlarının (%85,3), günde 2 saatten fazla zaman geçirenlerin “Hayır” cevabı verme oranlarından (%74,5) fazla olduğu görülmüştür. Bizim yaptığımız çalışmaya benzer şekilde, Türk ve ark.²⁵⁰ 2019 yılında sosyal medya ve toplumda değişen estetik işlem yaptıırma algısını araştırdıkları çalışmalarında, gün içinde sosyal medyada uzun zaman geçirenlerin geçirmeyenlere göre bedenlerinde estetik bir değişiklik yapınca daha mutlu ve güzel hissedeceklerine inandıklarını, sosyal medya üzerinde estetik herhangi bir estetik işlem yaptıran sıradan insanları gördükçe bu konuda cesaretlendiklerini bildirmişlerdir. Sosyal medyada geçirilen zamanın artması bireylerin estetik diş tedavisi ile ilgili reklam, bilgi veya resim görme ihtimallerini de arttırdığından tedavi yaptırmakla ilgili düşüncelerini etkilemiş olabilir.²⁵¹

Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların yayınlanmasının; insanların diş estetiği konusunda bilinçlenmesi ve farkındalık kazanması, başarılı estetik diş tedavi sonuçları ile diğer insanlara ilham ve motivasyon sağlaması ve diş hekimleri açısından uzmanlık ve güvenilirlik imajı yaratması gibi olumlu etkileri olabilir.²⁵²⁻²⁵⁴ Sosyal medya platformları, estetik gülüşün önemini vurgulayarak, insanların estetik gülüşe sahip olma isteğini artırabilir, bu yönde adım atmalarını teşvik edip özgüvenlerini de artırarak daha mutlu bir yaşam sürmelerine katkıda bulunabilir.^{172,236,255} Ancak yanıltıcı ve sahte içerikler yüzünden tedavilere ilişkin yanlış algı oluşturmaları, diş hekimleri üzerinde rekabet ve baskı oluşturmaları gibi olumsuz etkileri de olabilir. Bu etkiler, içeriklerin niteliği, sunum biçimi ve alıcıların tepkileri gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebilir.^{252,256} Bizim çalışmamızda “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna katılımcıların yarısı “İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.” yanıtını verirken diğer yarısı olumsuz etki edebileceğini ya da hiç etki etmeyeceğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Çalışmamızdan elde edilen bu sonuç Alhuzilli ve ark.²⁵ 2022 yılındaki çalışmaları ile uyumludur.

Anket çalışmasından elde ettiğimiz verilere göre “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar yaş dağılımı ile karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($p < 0,0001$). 19-29

yaş aralığındaki katılımcıların çoğunluğu olumlu etkiyi savunurken bunu olumsuz etki edebileceğini düşünenler izlemiştir. 30-39, 40-49 ve 50-59 yaş gruplarında ise yine çoğunluk olumlu etkiden bahsederken, bunu herhangi bir etkisi olmayacağını düşünenler izlemiştir. Sosyal medyada geçirilen zamanla karşılaştırıldığında da ($p<0,0001$) 19-29 yaş grubunun verdiği cevaplarla diğer yaş gruplarının verdiği cevaplar birbirini desteklemektedir. Sosyal medya üzerinde diğer yaş gruplarına göre daha fazla zaman geçiren 19-29 yaş grubunun sosyal medyanın etkisiyle ilgili düşünceleri olumludur. Sosyal medya platformları üzerinde daha az zaman geçiren yaş gruplarının ise çoğunluğu estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının olumlu etki edebileceğini düşünürken herhangi bir etkisi olmayacağını düşünenler 2. sıradadır. Bununla birlikte “Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplarla cinsiyet ile eğitim düzeyi arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ve erkek katılımcılar arasında herhangi bir etkisi olamayacağını düşünenlerin daha fazla olduğu, eğitim düzeyi iyileştikçe olumsuz etki edebileceğini düşünenlerin oranının ise arttığı tespit edilmiştir. Erkekler sosyal medyanın etkisini görmezden gelme eğiliminde olabilirler.²²⁶ Eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin sorgulama ve eleştirme düzeyleri arttığından sosyal medyanın olumsuz etki edebileceğini düşünme olasılıkları da artmış olabilir.^{132,133,135} Fotoğraf bazlı sosyal medya platformlarının kişilerin beden imajları ve özgüvenleri üzerine olumsuz bir etkisi olduğuna dair pek çok çalışma vardır.^{171,257,258} Özellikle araştırmalar, ideal ve dijital olarak düzenlenmiş sosyal medya görüntülerini görmenin insanların beden imajını olumsuz etkileyebileceğini bulmuşlardır.^{153,158,196,197} Bunun yanı sıra bazı araştırmalarda kasıtlı olarak vücut pozitifliği sağlayacak şekilde tasarlanmış olan sosyal medya içeriğini izlemenin potansiyel faydası incelenmiştir. Pozitif vücut algısı oluşturmaya yönelik içerikler, ulaşılamaz görünüm idealleriyle mücadele eden, vücut kabulünü destekleyen ve vücut çeşitliliğini teşvik eden metin veya resimlere atıfta bulunur.²⁵⁹ Özellikle sağlık alanındaki profesyoneller tarafından paylaşılan bilgilerin, tedavileri açıklayıcı sosyal medya paylaşımlarının, vaka ve reklamların bireyleri sağlıkla ilgili doğru bir şekilde bilgilendirerek bilinmeyene duyulan korkuyu ve paniği ortadan kaldırdığını doğru tedavi seçeneklerini teşvik edecek, sürdürecektir ve geliştirecek şekilde yayılmasını sağlamakta olduğu bilinmektedir.^{260,261}

İnsanlar, estetik diş tedavileriyle gülüşlerini düzeltmek veya estetik açıdan daha güzel bir gülüş elde etmek istediklerinde, tedavi sürecini başarıyla tamamlayacak ve istedikleri sonuca ulaşmalarını sağlayacak bir diş hekimi arayışına girerler. Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini en çok etkileyen faktör sorulduğunda, “Diş hekiminin uzman olup olmaması” seçeneğinin %50,7 oranına sahip olduğu görülmüştür. Ataman ve ark.²⁶² 2018’de yaptıkları hasta memnuniyetini ve hastane seçimini etkileyen unsurları araştırdıkları çalışmalarında da bu tez çalışmasıyla uyumlu olarak doktorun tecrübesi ve doktorun uzmanlığı seçeneklerinin en çok tercih edilen seçenekler olduğu görülmektedir. Sadece estetik diş hekimliği işlemleri için değil genel olarak sağlıkla ilgili yapılacak her türlü tedavi prosedüründe doktorun deneyim ve uzmanlığı ile aldığı eğitim ve sahip olduğu sertifikaların hastaların doktor seçiminde önemli rol oynadığı anlaşılmaktadır. Yapılan diğer çalışmalarda da hastaların sağlık hizmetini sunan kişilerin deneyimine, güvenilirliğine ve beklenmedik zamanlarda hızlı çözüm üretebilme kabiliyetine dikkat ettiklerini ortaya çıkarmıştır.²⁶³⁻²⁶⁵ Bu yüzden doktorun ya da diş hekiminin eğitim düzeyi, üniversite eğitimi sonrası uzmanlık eğitimi alıp almamış olması hasta memnuniyeti ve hastane ya da klinik seçiminde önemli bir yere sahip olmuştur.^{266,267} Bunun haricinde “Arkadaş tavsiyesi” ve “Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları” seçenekleri diş hekimi tercihlerini etkileyen diğer faktörlerden olduğu görülmektedir. Hastane, doktor veya diş hekimi tercihinde, hastaların önceki deneyimleri ve herhangi bir deneyimleri yoksa da çevrelerinden (hasta yakını, aile, arkadaşlar vb.) edindikleri duyumlar ve gördükleri örnekler önemli bir yer tutmaktadır.^{262,268-270} Çalışmamızda katılımcıların estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihleri ile cinsiyet faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Önceki çalışmalarda da hastane ve doktor seçimi ile hastane ve doktorla ilgili memnuniyetler üzerine cinsiyet faktörünün bir etkisi olmadığı belirlenmiştir.^{271,272} Bunun aksine Alalawi ve ark.²⁵⁶ Cidde’de yaptıkları çalışmalarında cinsiyetler arasında farklılık olduğunu, doktor seçimlerinde, kadınların erkeklerden daha fazla sosyal medyadan etkilendiklerini belirlemiştir, zaten bu çalışmada da kadınlar arasında estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının daha büyük bir etkisi olmuştur. Bu tez çalışması ile benzer şekilde sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları kadınlar üzerinde, teklif ve indirimlerin ise erkekler üzerinde daha etkili olmuştur. Diş hekiminin uzman olup olmaması ise kadınlar ve erkekler için eşit öneme sahiptir.

Estetik diş tedavisi, hastaların dişlerini estetik açıdan daha iyi bir görünüme kavuşturmak için yapılan çeşitli prosedürleri içerir. Bu nedenle diş hekimi seçiminin, tedavinin başarısı ve hasta memnuniyeti açısından önemli olduğunu gösteren araştırmalar mevcuttur.²⁶² Estetik diş tedavisi yaptırmak için diş hekimi seçimine yaştan da etkisi olabilir. Farklı yaş grupları dişleri için farklı estetik anlayışa sahip olabilir. Genç hastalar daha beyaz ve düzgün dişler isteyebilirken, orta yaşlı hastalar dişlerinde doğal bir görünüm ve belki de dolgu veya porselen kaplama gibi tedaviler isteyebilirler.²⁷³⁻²⁷⁵ Yaş grubuna uygun tedavi seçimi ve diş hekimi tarafından buna uygun öneriler sunulması önemlidir. İleri yaş grupları, genç hastalara göre daha fazla diş veya sağlık sorununa sahip olabilir. Özellikle diş implantı, protez veya diş eti tedavileri gibi daha karmaşık tedavilere ihtiyaç duyan yaşlı hastaların, bu alanda uzmanlaşmış bir diş hekimini tercih etmeleri faydalı olabilir.²⁷⁴⁻²⁷⁷ Çocuklar ve yaşlılar, diş tedavilerine karşı daha hassas olabilirler. Bu nedenle, çocuklar için pedodonti (çocuk diş hekimliği) uzmanlığı olan bir diş hekimi veya yaşlı hastalar için diş hekimliği alanında deneyimli ve anlayışlı bir hekim seçmek gerektiği görülmüştür. Ayrıca genç hastalar genellikle kendi diş tedavilerini finanse edebilirken, yaşlı hastaların gelirleri veya emeklilik durumlarına göre gösterebilir.²¹³ Bu nedenle, yaş grubuna uygun tedavi seçenekleri ve ödeme planları sunan bir diş hekiminin seçilmesi önemlidir. Farklı yaş gruplarının estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini değerlendirdiğimiz çalışmamızda, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu, yine diş hekiminin uzman olup olmaması seçeneğinin bütün yaş gruplarında en çok tercih nedeni olduğu ancak sosyal medyada en çok zaman geçiren sosyal medyayı en aktif kullanan grup olan 19-29 yaş grubunun sosyal medyadan daha çok etkilendiği görülmüştür. Hatta sosyal medyada ünlülerin tavsiyesinden etkilendiğini belirten tek kişi de 19-29 yaş grubundadır. Teklif ve indirimler seçeneği ise diğer gruplara göre 50-59 yaş grubunda daha çok tercih nedeni olarak görülmüştür. Teklif ve indirimler seçeneği kişilerin paraya ilişkin tutumları ile ilgilidir ve sosyolojik, ekonomik ve psikolojik faktörlerden etkilenmiş olabilir. Mitchell ve ark.²⁷⁸ 2013'te, Hsieh ve ark.²⁷⁹ 2011'de yaptıkları çalışmalarında günümüzün materyalist dünyasında bireylerin yaşla birlikte farkındalığının artması ile paraya ilişkin kaygılarının da artmış olabileceğini bildirmişlerdir.

Estetik diş tedavisi için diş hekimi seçimi ile katılımcıların eğitim düzeyleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyi

yüksek olan katılımcıların diş hekiminin uzman olup olmamasını daha çok önemseydiği, sosyal medya aktivitelerinin ya da ünlü tavsiyelerinin diş hekimi seçimlerinde bir etken olmadığı görülmüştür. Bu kişiler, diş sağlığı ve estetik tedaviler konusunda daha fazla araştırma yapma, bilgi edinme ve genellikle daha bilinçli olup estetik diş tedavisi seçimlerini daha dikkatli ve bilinçli bir şekilde yapma eğiliminde olabilirler.²⁸⁰⁻²⁸² Daha yüksek eğitim düzeyine sahip hastaların, diş estetiğine daha fazla önem verdikleri ve estetik diş tedavileri konusunda daha fazla talep gösterdikleri aynı zamanda genellikle daha iyi ekonomik seviyeye sahip oldukları için²⁸³ estetik diş tedavileri için daha fazla finansal kaynak ayırabilir ve bu tür tedavilere daha fazla yatırım yapabildikleri yapılan çalışmalarda görülmüştür.²⁸⁴ Çalışmamızla benzer şekilde, Simkiv ve ark.'ın²⁸⁵ 2013'te yaptıkları çalışmalarında eğitim düzeyi düşük olan kişilerin ekonomik kaygılarının daha yüksek olduğu için diş tedavilerine ayırdıkları finansal kaynağın yeterli olamayacağını düşündüklerini göstermişlerdir.

Benlik saygısı, bireylerin kendilerini kabul etme, değer verme ve sevmeye düzeyini yansıtan önemli bir psikolojik kavramdır. İnsanların kendilerine olan güveni, başarılarına olan inançları ve kendilerini pozitif olarak değerlendirmeleri benlik saygısının temel unsurları arasında yer alır.^{179,180} Benlik saygısı, kişinin duygusal, sosyal ve zihinsel iyi oluşu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve kişisel gelişim ve sağlıklı yaşam açısından kritik bir rol oynar. Benlik saygısını ölçmek ve değerlendirmek amacıyla kullanılan önemli bir araç, "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği"dir.¹⁸⁵ Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, 1965 yılında Amerikalı sosyal psikolog Morris Rosenberg tarafından geliştirilmiştir. Rosenberg, benlik saygısının insanların genel iyi oluşu üzerindeki etkilerini anlamak ve toplumdaki farklı gruplar arasında benlik saygısının farklılıklarını incelemek için bu ölçeği geliştirmiştir. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, psikoloji alanında yaygın bir şekilde kullanılan ve güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlayan bir ölçüttür. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, 10 adet ifadeden oluşur ve katılımcılardan bu ifadeleri "Çok Doğru", "Doğru", "Yanlış" ve "Çok Yanlış" şeklinde derecelendirmelerini isteyerek benlik saygısı düzeylerini belirlemeye yönelik bir anket formatında hazırlanmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler arasında, "Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum", "Genel olarak, kendimden memnunum" gibi ifadeler bulunur.²⁸⁶ Katılımcıların, bu ifadeleri kendi duygusal durumları ve düşünceleri doğrultusunda değerlendirmesi ile benlik saygısı düzeyleri belirlenir. Bireylerin kendi değerlerini ve kendilerine olan

güvenini belirlemek için kullanılan bu ölçek, psikoloji ve sosyal bilimler alanında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Benlik saygısının kişisel gelişim ve psikolojik sağlık açısından önemli bir faktör olduğu düşünüldüğünde, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, bu alanda yapılan çalışmalarda ve terapötik müdahalelerde değerli bir araç olarak kullanılmaktadır.²⁸⁷ Birçok iç ve dış faktör, bireylerin benlik saygısını şekillendirebilir. Benlik saygısına etki eden temel faktörler: çocukluk deneyimleri ve ebeveynlerin tutumları, aile içi ilişkiler, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medya ve sosyal çevre, kişisel başarı ve yetenekler, yaşanan zorluklar, başarısızlıklar, kişisel olumlu/olumsuz inançlar, farkındalıklar ve bireysel gelişim olarak sıralanabilir.^{180,288,289} Bu faktörlerin benlik saygısı üzerine olan etkileriyle ilgili pek çok çalışma yapılmıştır.²⁸⁸⁻³²⁷

Çocukluk çağı deneyimleri ve ebeveyn tutumları, bireyin benlik saygısını etkileyen önemli faktörlerdir. Çocukluk dönemi, kişinin temel özdeğer algısını oluşturduğu ve kişisel değerini anlamaya başladığı dönemdir. Ebeveyn tutumları, çocukların benlik saygısının gelişimini büyük ölçüde etkileyebilir. AlShawi ve ark.²⁹⁰ yetişkin benlik saygılarının çocukluk dönemi deneyimleriyle ilişkisini araştırdıkları çalışmalarında çocukluk dönemindeki aile bağlarının, ev hayatının, ebeveynlerinin çocuklarına karşı tutumlarının, çocukların kendi değerlerini bulmalarında bunun sonucunda da benlik saygılarının temelini oluşturmalarında önemli bir yeri olduğunu göstermişlerdir. Ebeveynlerin çocukların başarılarını takdir etmesi ve başarısızlıklarında destek olması, çocukların benlik saygısını etkiler. Olumlu geri bildirimler, çocukların kendi yeteneklerine olan güvenini artırabilirken, başarısızlık durumlarında bile onların değerini koruyan bir tutum, benlik saygısının daha sağlam olmasına katkıda bulunabilir.²⁹¹ Ebeveynlerin eleştirici veya olumsuz ifadeleri, çocukların benlik saygısını olumsuz etkileyebilir. Sürekli eleştirilen veya olumsuz değerlendirilen çocuklar, kendi yeteneklerine ve değerlerine dair olumsuz inançlar geliştirebilirler. Kocatürk ve ark.²⁹² çocukluk çağındaki olumlu davranış modellerinin benlik saygısı üzerindeki etkileri üzerine yaptıkları çalışmalarında da benzer sonuçlar elde etmiştir. Ebeveynlerin çocuklara özerklik ve karar verme fırsatı tanınması, onların kendine güvenini arttığı yapılan çalışmalarla ortaya konulduğu gibi kendi kararlarını almak, çocukların yetişkinlik becerilerini geliştirmelerine ve dolayısıyla benlik saygısını güçlendirmelerine yardımcı olabildiği görülmüştür.²⁹³⁻²⁹⁵ Ebeveynlerin çocuklarıyla açık iletişim kurmaları, duygularını ifade etmelerine ve anlaşıldıklarını

hissetmelerine yardımcı olabilir. Yapılan alışmalar bunun da çocukların duygusal sağlamlıklarını ve benlik saygısını olumlu yönde etkileyebildiğini ortaya koymuştur.^{293,294,296,297}

Kültür, bir toplumun değerleri, normları, inançları, gelenekleri ve sosyal dinamikleri gibi unsurları içerir. Her kültür, genellikle kabul edilen davranışlar, görünüm standartları ve başarı tanımları gibi toplumsal normlara sahiptir. Bu normlar, bireylerin kendilerini değerli hissetmelerini ve kabul görmelerini etkileyebilir.^{298,299} Bir kültürde kabul gören bir davranış veya görünüm, diğer bir kültürde farklı olarak algılanabilir ve bu da benlik saygısını etkileyebilir.²⁹⁹ Heine ve ark.³⁰⁰, Kuzey Amerikalılarla karşılaştırıldığında Japonların olumlu bir benlik saygısı oluşturamadıklarını veya sürdüremediklerini ve bireysel benliği geliştirmediklerini ne süren kanıtları gözden geçirdiler. Örneğin, Japonlar kendi olumlu özelliklerini daha düşük derecelendirme eğiliminde olup olumlu özelliklerini Avrupa-Kanadalılardan daha az tanımlayıcı olarak görmektedirler. Twenge ve ark.³⁰¹, Heine ve ark.³⁰⁰ çalışmalarında Doğu Asyalılar ve Asyalı Amerikalıların, Avrupa-Amerikalılar ve Avrupa-Kanadalılardan daha düşük benlik saygısına sahip olduklarını ne srmuşlerdir. Spencer-Rodgers ve ark.³⁰², a göre bunun nedeni kültür temellerinin Doğu Asya'da büyük ölçüde Taoizm'e, Avrupa'da ise Aristotelesçi biçimsel mantık kuramına dayanması yani dünya hakkında kültürel olarak şekillendirilmiş inançların (veya halk teorilerinin) benlik saygısı üzerinde bir rol oynaması olduğunu savunmuşlardır. Kültür, bireylerin hangi tür davranışların veya başarıların toplumsal onay ve destek kazandığını belirleyebilir. Bireyler, toplumlarından gelen olumlu geri bildirimlerle kendilerini daha değerli hissedebilirler. Örneğin, bazı kültürlerde belirli meslekler veya aile yapısı daha fazla prestij taşıyabilir ve bu da bireylerin benlik saygısını etkileyebilir.^{299,303} Kültür, aile değerleri ve sosyal bağları da etkileyebilir. Ailenin rolü, bireylerin nasıl değerli hissettiğini ve aidiyet duygusunu şekillendirebilir. Aile içindeki roller ve beklentiler, bireylerin benlik saygısını olumlu veya olumsuz etkileyebilir.³⁰⁴ Kültür, cinsiyet rolleri ve beklentileri konusunda da etkili olabilir. Cinsiyetle ilgili toplumsal beklentiler, bireylerin kendilerini ne kadar değerli hissettiklerini ve ne tür yetenekleri geliştirdiklerini etkileyebilir. Kültürel estetik normlar, bireylerin dış görünüşleri ve vücut algıları üzerinde etkili olabilir. Vücut tipi, cilt rengi, sa tipi gibi unsurlar kültüre göre değişebilir ve bireylerin benlik saygısını etkileyebilir.^{301,305} Schmitt ve ark.²⁸⁸ kültürün benlik saygısı üzerine etkisini

araştırdıkları çalışmalarında 53 farklı ülkeden 16998 kişiye Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'ni uygulamışlardır. Bu çalışma sonucu raporlarında, benlik saygısının genellikle Batı toplumlarında Doğu toplumlarından daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği puanlarının toplumların genelinde teorik orta noktanın üzerinde yer aldığını bunun sonucu olarak da olumlu benlik saygısının evrensel olabileceğini göstermişlerdir.²⁸⁸ Bizim çalışmamızda da Schmitt ve ark.'ın²⁸⁸ çalışmasıyla paralel olarak düşük benlik saygısına sahip birey olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların benlik saygıları orta ve yüksek düzeydedir.

Sinclair ve ark.'ın²⁸⁹ 2010 yılında ve Tafarodi ve ark.'ın³⁰⁶ 2002 yılında yaptıkları araştırmalarında çalışmamızla benzer şekilde kadınlar ve erkekler arasında benlik saygısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Bizim çalışmamızın aksine diğer bazı araştırmalarda ise genel benlik saygısı ile ilgili olarak erkekler ve kadınlar arasında farklılıklar gözlemlenmiş olup, erkeklerin benlik saygı düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.^{307,308} DiStefano ve ark.'a³⁰⁹ göre, erkekler ve kadınlar arasındaki ortalama benlik saygıları arasındaki farklılıklar, olumsuz ifade edilen seçeneklere verilen farklı tepkilerle ilişkili olabilir. Başka bir deyişle, farklı cinsiyetteki kişiler olumsuz ifade edilen seçeneklere daha güçlü veya daha zayıf tepkiler verebilmekte ve dolayısıyla ortalama benlik saygısı puanlarında farklılıklara neden olabilmektedir. Ayrıca toplumun cinsiyetle ilgili normları ve beklentileri, bireyin benlik saygısını etkileyebilir. Toplumsal cinsiyet rollerine uymayan veya bunlara uymak istemeyen bireyler, dışlanma veya ayrımcılık gibi olumsuz deneyimler yaşayabilirler. Bu da benlik saygısını düşürmüş olabilir.^{307,310,311} Cinsiyet kimliğini kabul etme ve ifade etme süreci, bireyin benlik saygısını etkileyebilir. Cinsiyet kimliği ile uyumlu bir yaşam sürdürebilen bireyler genellikle daha yüksek benlik saygısına sahip olma eğilimindedir, çünkü kendi kimliklerini ifade etme özgürlüğüne sahiptirler.¹⁷⁹ Cinsiyetle ilgili şiddet, ayrımcılık veya zorbalık gibi olumsuz deneyimler, bireylerin benlik saygısını düşürebilir. Özellikle cinsiyet temelli ayrımcılığa maruz kalmış bireyler, kendilerini değersiz veya eksik hissedebilirler.²²³ Toplumun belirli bir cinsiyete ait yetenekleri veya nitelikleri daha değerli gördüğü durumlarda, diğer cinsiyete ait bireylerin benlik saygısı olumsuz etkilenebilir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, genellikle kadınların düşük benlik saygısına sahip olmasına neden olabilir. Eşitsizliğin yol açtığı fırsat eksiklikleri ve toplumsal

değerlerin etkisi, kadınların kendilerini daha az değerli hissetmelerine yol açtığı düşünülebilir.³¹²⁻³¹⁴

Twenge ve ark.³⁰⁵ benlik saygısı düzeylerinin yaşla birlikte artabileceğini belirtmişler, bunu yaşla birlikte kişilerin bireysel yeterliliklerinin artmasına, çevreden etkilenme düzeylerinin ise azalmasına bağlamışlardır. Çalışmamızda da benzer şekilde yaş faktörü ile benlik saygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yaşın artmasıyla birlikte benlik saygısı artmıştır, en düşük benlik saygısı puanları 19-29 yaş grubundadır. Bizim çalışmamızla benzer şekilde Robins ve ark.²⁹⁵ ABD'de 9 ila 90 yaşındaki geniş bir popülasyonda benlik saygısındaki yaşa bağlı farklılıkları araştırmışlar, benlik saygısının çocuklukta yüksek, ergenlikte düşük olduğunu, ancak daha sonra yetişkinlikte yükselmeye devam ettiğini bulmuşlardır. Daha sonra, benlik saygısı 60'lı yaşların ortalarında zirveye ulaşır ve sonrasında düşüş göstermektedir. Ayrıca, Orth ve ark.²⁹⁴, ABD'deki verileri analiz ederek 25 yaşındaki genç yetişkinlerden 104 yaşındaki yaşlılara kadar benlik saygısının gelişimsel yörüngesini araştırarak benzer sonuçlara ulaşmışlardır. ABD'deki bir diğer çalışmada ise 16 yaşındaki ergenlerden 97 yaşındaki yaşlılara kadar benlik saygısının yaşam boyu gelişimi araştırılmış, benlik saygısının ergenlikten orta yetişkinliğe doğru yükseldiği, yaklaşık 50 yaşında zirveye ulaştığı ve yaşlılıkta azaldığını gösterilmiştir.³¹⁵

Japonya'da yapılan araştırmalar da Avrupa-Amerikan kültürlerinde elde edilen verilerle tutarlı olarak benlik saygısı düzeylerinin ilkokul öğrencileri için yüksek, orta ve lise öğrencileri arasında düşük olduğunu, ancak daha sonra yetişkinler arasında kademeli olarak yükselmeye devam ettiğini göstermiştir.^{296,316} Ayrıca başka bir çalışmada bağımsız ve geniş örneklemli anket analiz edilmiş, ortaokul öğrencilerinden 60'lı yaşlarındaki yaşlılara kadar benlik saygısında aynı yaş farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.²⁹⁷

Çalışmalar, benlik saygısının orta yaşlarda zirveye ulaştığını ve ardından yaşlılıkta keskin bir şekilde düştüğünü göstermiştir.^{294,295,315} Bu düşüşün esas olarak iki nedenden kaynaklandığı düşünülmektedir. Birincisi, kişinin kendini değerli hissetmesi için önemli olan şeyleri kaybetmesidir. Bunlar, emeklilik nedeniyle sosyoekonomik konumların veya rollerin kaybı, yakın kişilerin (eş, romantik partner gibi) kaybı ve kişinin fiziksel, bilişsel yeteneklerinde azalmayı içerir. Bir diğeri,

kendilerine karşı olan tutumlarındaki değişikliklere bağlı olarak yaşlı bireylerin, sınırlamalarını ve hatalarını kabul etmeye başlayarak kendilerine karşı daha alçakgönüllü, mütevazı ve dengeli bakış açılarına sahip olmalarıdır.^{185,195}

Yapılan araştırmalar, eğitim düzeyi yüksek bireylerin, aldıkları eğitim sayesinde edindikleri bilgi ve becerileri ile, kişisel başarılar ve hedeflere ulaşma konusunda daha fazla fırsat bulabildiklerini, bunun da benlik saygılarını arttırabildiğini göstermiştir.^{317,318} Başarılar, bireylerin benlik saygısını arttırırken, başarısızlık algısı ise benlik saygısını olumsuz etkileyebilir.³¹⁹ Eğitim süreci, kişinin kendi yeteneklerine olan inancını güçlendirir ve daha zorlu hedeflere yönelme cesaretini artırabilir.³²⁰ Eğitim düzeyi, genellikle daha fazla sosyal etkileşim ve daha yüksek sosyal statü ile ilişkilidir. Sosyal etkileşimler ve sosyal bağlantılar, kişilerin kendilerini değerli ve önemli hissetmelerine katkıda bulunabilir. Eğitim, insanların sürekli olarak yeni şeyler öğrenmelerine ve kendilerini geliştirmelerine olanak sağlar. Bu da bireylerin daha fazla bilgi ve deneyime sahip olmalarını ve bu bilgi ve deneyimlerle daha iyi bir benlik kavramı geliştirmelerini destekler.³²¹ Sinclair ve ark.'ın²⁸⁹ yüksek öğrenim gören kişilerin benlik saygısı düzeylerinin anlamlı bir şekilde arttığını gösterdikleri çalışmalarının aksine bizim çalışmamızda eğitim düzeyi ile benlik saygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Çalışmamıza katılan kişilerin eğitim düzeyi grupları arasında eşit sayıda kişi olmaması, özellikle üniversite sonrası yüksek lisans ve doktora yapmış katılımcı sayısının az olması bu duruma neden olmuş olabilir.

Benlik saygısı ile sosyal medya kullanımı arasındaki etkileşim hem olumlu hem de olumsuz olabilir.³²² Sosyal medyanın olumlu etkileri, insanların diğerleriyle bağlantı kurmasını ve sosyal destek ağlarını güçlendirmesine olanak sağlamasıdır.^{225,243} Olumlu geri bildirimler ve sosyal onay, benlik saygısını artırabilir. Sosyal medya, kişisel başarıları, hobi ve yetenekleri paylaşma platformu olarak da işlev görebilir bu da bireylerin kendilerini değerli hissetmelerini sağlayabilir.³²² Sosyal medyanın olumsuz etkileri ise sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya üzerindeki olumsuz geri dönüşlerdir. Sosyal medya bağımlılığı, kişinin sosyal medya platformlarında çok uzun zaman geçirmesi durumudur. Sürekli olarak sosyal medya kullanımı, zaman yönetimi problemlerine ve günlük hayatın diğer alanlarından geri kalmaya yol açabilir. Bu durum, bireylerin benlik saygısını olumsuz etkileyebilir. Sosyal medya üzerinden olumsuz geri bildirimler ise anonim olarak yapılan eleştiriler

ve olumsuz yorumlardır. Bu tür olumsuz geri bildirimler, bireylerin kendilerini kötü hissetmelerine ve benlik saygısının düşmesine neden olabilir.^{192,199} Ayrıca sosyal medya, kişinin başkalarıyla kendini karşılaştırma eğilimini artırabilir ve bu da benlik saygısı üzerinde olumsuz bir etkiye neden olabilir. İdealize edilmiş gülümsemeler, mükemmel yaşam tarzları ve başarılar, bireylerin kendilerini yetersiz hissetmelerine yol açabilir. Sosyal medya kullanımı, kişisel zaman ve enerjiyi tüketerek, bireyi gerçek hayattaki sosyal etkileşimlerden uzaklaştırabilir ve bu da benlik saygısını düşürebilir.³²³⁻³²⁵ Katılımcıların benlik saygıları sosyal medya üzerinde geçirdikleri zamanla karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Yüksek benlik saygısına sahip kişilerin ve orta benlik saygısına sahip kişilerin günde 2 saatten fazla sosyal medya kullandıkları görülmüştür. Ancak günde 2 saatten fazla sosyal medya kullanan kişilerin %67,8'ini orta düzeyde benlik saygısı olan kişiler, %32,2'sini ise yüksek benlik saygısına sahip kişiler oluşturmaktadır. Çalışmamızın sonucunda zamanlarının daha büyük bir kısmını sosyal medya üzerinde geçiren kişilerin benlik saygılarının düşük olduğu bulunmuştur. Ayrıca önceki çalışmalarda, özellikle genç yetişkinlerde benlik saygısıyla günlük internet kullanımı, sosyal medya bağımlılığı^{192,199,323,324}, bilgisayar bağımlılığı^{190,325} ve patolojik internet kullanımı³²⁶ arasında negatif ilişki olduğu görülmüştür. Yine aynı şekilde Ingólfssdóttir ve ark.³²⁷ ile Şahin ve ark.'ın³²⁸ yapmış oldukları farklı araştırmaların sonucunda da, kişilerin benlik saygısı azaldıkça, sosyal medya platformlarında daha fazla vakit geçirme eğiliminde oldukları ve bu durumun internet bağımlılığı, bilgisayar bağımlılığı, aşırı sosyal medya kullanımı gibi faktörleri artırdığı gösterilmiştir. Bunların aksine, Artan ve ark.'ın³²⁹ 2017'de üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmalarında sosyal medya kullanım süresi fazla olan bireylerin benlik algılarının yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bunun nedeni olarak da sosyal medya üzerinde olumlu geri bildirimler alan kişilerin sosyal medya kullanımlarının arttığını savunmuşlardır. Valkenburg, ve ark.³³⁰ da çalışmalarında, sosyal medya üzerinde sosyal medya profil ve hesaplarıyla ilgili olumlu geri bildirim alan bireylerin benlik saygılarının yüksek olduğunu bulmuşlardır.

Dental özgüven, dişlerin ve ağız sağlığının bireyin kendine olan güvenini ve duygusal iyi oluşunu nasıl etkilediğini ifade eder.²⁵⁵ Dişler, gülümsemenin ve yüz ifadesinin önemli bir parçasıdır ve insanlar arasında iletişimde önemli bir rol oynarlar. Dolayısıyla, dişlerin görünümü ve sağlığı, kişisel özgüven üzerinde önemli bir etkiye

sahip olabilir.¹⁷⁷ Sağlıklı ve estetik dişlere sahip olmak, kişinin gülüşünü sergileme konusunda daha rahat ve istekli olmasını sağlar. Bu da sosyal etkileşimlerde daha olumlu bir izlenim bırakmaya ve daha güçlü bir iletişim kurmaya yardımcı olabilir.¹⁷⁶ Çürükler, diş eksiklikleri, diş lekeleri veya diş eti problemleri gibi diş sağlığı sorunları, bireylerin gülümsemelerini saklamasına veya sosyal etkileşimlerde çekingen davranmasına neden olabilir. Bu durum, kişinin kendini özgürce ifade etmesini ve sosyal ortamlarda kendine olan güvenini zedeleyebilir.^{174,175} Diş hekimleri ve diş tedavileri, dental özgüveni artırmak için önemli bir rol oynar. Estetik diş tedavileri, dişlerin görünümünü düzeltmeye ve daha çekici bir gülümseme elde etmeye yardımcı olabilir.¹⁷² Dental özgüven, sadece kişinin sosyal hayatında değil, aynı zamanda iş hayatında da önemlidir. Özgüvenli bir gülümseme, iş görüşmelerinde, sunumlarda ve diğer iş ortamlarında olumlu bir etki bırakabilir ve kişinin kendine olan güvenini artırabilir.³³¹ Katılımcıların dental özgüvenlerini ölçmek amacıyla “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” ve “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” soruları sorulmuştur. “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorularına katılımcıların yarısından fazlası “Evet”, “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” ve “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorularına ise yine katılımcıların yarısından fazlası “Hayır” cevabını vermiştir. Bu çalışmaya katılan kişilerin çoğunluğu, genel olarak ya da fotoğraf, video, topluluk önünde gülüş ve diş görünümlerinden memnun olduklarını; gülüş ve diş görünümünün fotoğraf paylaşımlarına engel olmadığını, ağız kapalı gülümseme, ağızlarını elle gizleme eğilimi göstermediklerini belirtmişlerdir. 2021’de yapılan bir araştırmada da bizim çalışmamıza benzer şekilde katılımcıların yarısından fazlasının gülüş ve diş görünümünden memnun oldukları görülmüştür.²⁵ Ansari ve ark.³³² 2020 yılında yaptıkları çalışmalarında Riyad şehrindeki üniversite öğrencilerinin “Hollywood

gölüşü” seçiminde sosyal medyanın etkisi araştırılmış, kendi gülüşlerinden memnun olan kişilerin sayısının anlamlı bir şekilde yüksek olduğu belirlenmiştir. Afroz ve ark.¹⁷² da araştırmalarına katılan bireylerin çoğunluğunun diş görünümünden memnun olduklarını bildirmişlerdir. Ellakany ve ark.¹⁷⁸ Suudi Arabistan'da dental özgüveni ve diş görünümünden memnuniyeti etkileyen faktörleri araştırdıkları çalışmalarının sonucunda, çalışmamıza paralel şekilde çoğunluğun diş görünümünden memnun olduklarını, konuşurken, gülerken ya da fotoğraflarda ağızlarını gizleme ihtiyacı duymadıklarını bildirmişlerdir .

Yaş, bireylerin diş sağlığı ve dolayısıyla dental özgüvenleri açısından önemli bir faktör olarak görülmektedir. Yaşın ilerlemesiyle birlikte diş sağlığı üzerinde olumsuz etkiler görülebilir. Diş çürükleri, diş eti hastalıkları ve diş kaybı gibi diş problemleri, yaşlılık döneminde daha yaygın olabilir.^{52,54,274,329} Diş eksikliği, kişinin dudaklarını ve yanaklarını desteklemekte zorlanmasına ve estetik bir görünüm elde etmekte güçlük yaşamasına neden olabilir.^{333,334} Bu tür diş sağlığı sorunları, bireylerin dental özgüvenini etkileyip ve rahat bir şekilde gülümsemelerini engelleyebilir.³³⁵ Diş eksikliklerinin giderilmesi için protezler veya diş implantları gibi tedavilere ihtiyaç duyulabilir. Bu tedaviler, kişinin ağız sağlığını düzeltmeye ve daha iyi bir gülümseme elde etmeye yardımcı olabilir, bu da dental özgüveni artırabilir.^{333,335,336} Yaşlılık döneminde, dişlerde renklenme, aşınma ve diş eti çekilmesi gibi estetik problemler daha sık görülebilir.^{44,46,54} Estetik kaygılar, bireylerin kendine olan güvenini olumsuz etkileyebilir ve gülümsemelerini saklamalarına neden olabilir. Yaşlılık döneminde, genellikle kişilerin sağlık bilinci artar ve diş sağlığına daha fazla özen gösterme eğiliminde olabilirler.^{119,307} Ancak bizim çalışmamıza göre, dental özgüvenlerin ölçülmesinin amaçlandığı “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınen konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” , “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” ve “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorularına verilen cevaplarla yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Bunun nedeni 60 yaş ve üzeri yaş gruplarının çalışmaya dahil edilmemiş olması olabilir. Bizim anket çalışmamızdan farklı olarak yapılan diğer araştırmalarda genel vücut memnuniyetsizliğinin bireylerin

yaşları ile birlikte artabileceği ortaya konmuştur.^{337,338} Aldaij ve ark.³³⁹ ile Ansari ve ark.³³² tarafından yürütülmüş, diş estetiğinden memnuniyet düzeyleri hakkında yapılan iki farklı araştırmada da vücut memnuniyetsizliği ve yaş arasında pozitif bir korelasyon gözlemlenmiştir.

Cinsiyet, bireylerin diş sağlığına ve estetik kaygılara bakış açısını etkileyebilir ve dolayısıyla dental özgüven üzerinde bazı etkilere neden olabilir.³⁴⁰⁻³⁴² Araştırmalar, genellikle kadınların diş sağlığına daha fazla önem gösterdiğini ve daha düzenli olarak diş hekimi kontrollerine gittiklerini göstermektedir.³⁴² Kadınlar dişlerini daha sık beyazlatmaya, düzeltilmiş dişlere sahip olmaya veya diş estetiği ile ilgili tedavilere daha fazla eğilim göstermektedirler. Diş sağlığına olan bu özen, dental özgüveni artırabildiği gibi aksine dişlerine daha fazla eleştirisel bakma sonucunda dental özgüven kaybına da neden olabilir.^{340,343,344} Toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentiler, bireylerin diş sağlığına ve estetik kaygılara bakış açısını etkileyebilir. Örneğin, erkeklerin diş estetiğine veya diş tedavilerine yönelik ilgisi, toplumda yaygın olan cinsiyet normlarına göre farklılık gösterebilir.³⁴⁵ Çalışmamızın bulgularına göre dental özgüven cinsiyet faktörü ile karşılaştırıldığında, “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusu haricindeki diğer sorularda, kadınlarla erkeklerin aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Daha önceki araştırmalarda da fiziksel çekiciliğin ve vücut memnuniyetinin erkekler ve kadınlar için eşit derecede önemli olduğu bulunmuştur.^{10,346,347} Bu araştırmalardan farklı olarak birkaç çalışma ise kadınların erkeklere göre vücut memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğunu göstermiştir.^{25,332,348,349} Bunun nedeni olarak medyanın özellikle kadınlar üzerine dayattığı ideal güzellik anlayışı gösterilebilir.^{191,350}

“Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorusunda ise memnun olan kadınların sayısı (%57,7) erkeklerin sayısından fazladır (%46,9). Fotoğraflarda, videoda ya da sosyal ilişkiler sırasında dişlerin ve gülüşün görünümünden memnuniyetsizlik kişilerin beden imajları ile ilgilidir. Beden imajı kültürel olarak diğer insanlarla olan ilişkilerle tanımlanır. Bir kişinin sosyal ilişkileri ve beden imajı karşılıklı olarak ilişkilidir ve birindeki değişikliğin diğerindeki değişikliği yansıtarak birlikte geliştiği söylenebilir.^{159,171}

Dolayısıyla bu çalışmanın sonuçlarından farklı olarak cinsiyetten bağımsız olarak herkesi eşit derecede etkilemesi beklenir. Bizim çalışmamızda kadınların erkeklere göre kendi gülüş ve diş görünümlerinden daha memnun olmalarının nedeni medya, reklamlar ve sosyal normların, özellikle kadınların fiziksel görünimleri konusunda yüksek standartlar belirlemesi olabilir. Bu durum, kadınların kendi gülüş ve diş görünimleri üzerine daha fazla odaklanmalarına ve daha duyarlı hale gelmelerine neden olarak onları kendi gülüş ve diş görünümüyle daha fazla ilgilenmeye itebilir.³⁵¹ Bu eğilimleri arttıkça da tedavi görüp gülüş estetiklerini istedikleri düzeye getirme olasılıkları artabilir.³⁵² Gerekli tedaviler sonrası kadınların dental özgüvenleri artarken erkeklerin dental özgüvenleri özellikle diğer insanlarla yakın temastayken düşük olabilir.

Eğitim düzeyi, kişinin bilgi, beceri ve sosyal yetkinliklerini arttıran önemli bir faktör olarak dental özgüveni etkileyebilir. Çalışmamızda “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?” sorularına verilen cevaplar ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. İlkokul ve lise mezunu bireylerin diğer gruplara göre gülüş ve dişlerinin görünümünden memnun olmama oranları daha fazladır. Gülüş ve dişlerinin görünümünden memnun olmadığı konusunda kararsız kalan kişiler lise mezunları arasında en fazladır. Çalışmamızdan elde ettiğimiz bu bulguların pek çok nedeni olabilir. Eğitim düzeyi yükseldikçe, kişi diş sağlığı ve ağız hijyeni konusunda daha bilinçli olabilir. Sağlık bilinci, diş sağlığına yönelik düzenli bakım ve tedavi için daha fazla özen göstermeye ve bu şekilde dental özgüveni artırmaya yardımcı olabilir.^{280,281} Daha yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler, diş sağlığı konusunda daha fazla bilgiye, beceriye ve farkındalığa sahip olma eğilimindedirler. Bu, diş sağlığının korunması ve iyileştirilmesi için daha iyi bir yetkinlik göstermelerini sağlayıp dental özgüveni artırabilir.^{172,255} Eğitim düzeyi, bireylerin diş estetiğine yönelik kaygılarını etkileyebilir. Daha yüksek eğitim düzeyine sahip kişiler, estetik açıdan tatmin edici bir gülümsemeye daha fazla önem verip, diş hekimine düzenli olarak gitme, diş fırçalama, diş ipi kullanma gibi sağlıklı diş bakımı alışkanlıklarını daha iyi uygulayabilirler..^{132,353,354} Bu tür alışkanlıklar, diş sağlığını korumaya yardımcı olabilir dolayısıyla dental özgüveni artırabilir. Alhuzilli ve ark.²⁵ da çalışmalarında,

bizim bulgularımızla paralel olarak, lise ve altı eğitim düzeyinde katılımcıların diğerlerine göre gülüş ve dişlerinden memnuniyet düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha düşük olduğunu göstermişlerdir.

Dişlerin ve gülümsemenin görünümü, kişilerin yüzün çekiciliğinin değerlendirilmesinde önemli bir rol oynar, bu da benlik kavramına ve benlik saygısına katkıda bulunabilir. Bizim çalışmamıza katılan kişilerin dentofasiyal bölgedeki memnuniyetlerine bağlı olarak dental özgüvenlerinin ölçülmesinin amaçlandığı “Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?”, “Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?” ve “Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağız kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?” sorularına verilen cevaplar benlik saygıları ile karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin olduğu görülmüştür. Bizim çalışmamızın sonuçlarına göre, dentofasiyal bölgenin estetiğinden memnun olmayan, gülüş ve diş görünümü nedeniyle sosyal medyada fotoğraf paylaşmaktan kaçınan ya da gülme/konuşma sırasında eli ile ağızını kapatma ihtiyacı hisseden yani dental özgüveni düşük olan bireylerin benlik saygıları da düşüktür. Önceki çalışmalarda da dental özgüveni düşük olan kişiler, buna bağlı büyük bir psikososyal etki ve daha düşük benlik saygısı ile ilişkilendirilmiştir.³⁵⁵⁻³⁵⁷ Romero-Maroto ve ark.’ın³⁵⁸ dental özgüven ile benlik saygısı arasında pozitif bir ilişki bulduğu çalışmaları bizim çalışmamızla örtüşmektedir. Çeşitli malokluzyonları olan hastalar üzerinde yaptıkları çalışmalarında Johal ve ark.³⁵⁹ sabit ortodontik tedavi sonrasında benlik saygısının arttığını göstermişlerdir. Hunt ve ark.³⁶⁰ 2001 yılındaki araştırmalarında ortognatik cerrahi geçiren hastaların cerrahi sonrası benlik saygılarında artış, sosyal hayatlarında düzelme olduğunu bildirmişlerdir. Dental özgüven azaldıkça benlik saygısının da azalmasının nedeni çeşitli psikolojik ve sosyal faktörlerden kaynaklanabilir. Sosyal medya ve diğer medya platformları üzerinde idealize edilmiş gülüşler, insanların kendi dişlerini bu ideal standartlarla karşılaştırmalarına neden olup dişlerdeki kusurlar veya estetik problemler, kişinin kendine olan güvenini zedeleyebilir ve benlik saygısını azaltabilir.³²³ Diş estetiği ve dental özgüven, sosyal etkileşimlerde önemli bir role sahiptir. Dişlerini sergilemekten kaçınan veya gülümsemekten çekinen kişiler, sosyal

etkileşimlerde daha az rahat olabilirler. Bu durum, kişinin kendine olan güvenini ve benlik saygısını azaltabilir. Dişlerin görünümüyle ilgili olumsuz yorumlar veya alaycı davranışlar, kişinin dental özgüvenini ve benlik saygısını olumsuz etkileyebilir. Bu tür olumsuz dış etkiler, kişinin kendini değersiz hissetmesine, stres ve kaygı yaşamasına neden olabilir.^{357,358} Tüm bu faktörler bir araya geldiğinde, dental özgüvenin azalması benlik saygısının da azalmasına yol açabilir.

Modern toplumdaki diş görünümü algısı ve diş görünümünden memnuniyet hastaların tedavi ihtiyaçlarındaki değişiklikleri etkileyebilir.⁹⁵ Birçok yazar, hastalar tarafından algılanan tedavi ihtiyaçları ile diş hekimleri tarafından değerlendirilenler arasında farklılıklar olduğunu bildirmiştir.^{75,361} Osterberg ve ark.³⁶² hastanın eksik dişlerini tamamlama konusundaki öznel ihtiyacını fonksiyonel faktörlerden ziyade estetik faktörlerin belirlediğini bildirmişlerdir. Birçok hasta öndeki altı dişin vazgeçilmez olduğunu düşünüp eksikliklerinin ya da malformasyonlarının hızlı bir şekilde tedavi edilmesini isterken, arka bölgelerdeki dişsiz alanları daha az soruner.^{363,364} Bir hastanın gülümsemesi diş hastalığı nedeniyle tahrip olduğunda, sonuç genellikle özgüven kaybı ve genel fiziksel ve zihinsel sağlığının zarar görmesi olduğundan dental memnuniyetin değerlendirilmesi amacıyla anketimize katılan kişilerin “Dişlerin hizalanması/ simetrisi/ aralığı/ çapraşıklığı”, “Üst ve alt çenenin pozisyonu”, “Dişlerin rengi / tonu”, “Ön dişlerin bütünlüğü/ şekli /boyutu”, “Konuşurken veya gülerken ortaya çıkan üst veya alt ön dişlerin uzunluğu”, “Ön dişlerde herhangi bir kaplama veya dolgu mevcutsa kalitesi” parametrelerine verdikleri cevaplar değerlendirilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu “Memnunum” kutucuğunu işaretlemiştir. Çok memnunum diyenlerin oranı %20’yi geçmemiştir. Genel olarak en az memnun olunan parametre “Dişlerin rengi/tonu” olmuştur. Samorodnitzky-Naveh, ve ark.³⁶⁵ diş estetiklerinden duydukları memnuniyeti araştırdıkları çalışmalarında da bizim çalışmamızla benzer şekilde hastaların genel olarak dental görünümlerinden memnun olduklarını, diş renginin en az memnun olunan parametre olduğunu göstermişlerdir. Dental memnuniyet değerlendirmesi, kişinin diş sağlığına ve görünüşüne yönelik duygusal ve fiziksel ihtiyaçlarını anlamamızı sağlayıp, diş hekimleri ve diş estetik uzmanları için, hastaların ihtiyaçlarına ve isteklerine uygun bir tedavi planı oluşturulmasında önemli rol oynayabilir. Sağlıklı, düzgün ve çekici dişlere sahip olmak, bireylerin kendine güvenini artırabilir ve daha mutlu bir yaşam sürmelerine yardımcı olabilir.^{363,364,366}

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

‘Diş Hekimliğinde Sosyal Medya Paylaşımlarının Dental Özgüven ve Estetik Memnuniyet ile Benlik Saygısı Üzerine Etkisinin İncelenmesi’ adlı tez çalışmamızın bulgularını özetlemek gerekirse,

- Bu tez çalışmasına sadece sosyal medya kullanan kişiler dahil edilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunu kadınlar, 19-29 yaş aralığındaki kişiler ve üniversite mezunları oluşturmaktadır.
- Anketi cevaplayan bireylerin büyük bir kısmı günde 2 saatten fazla bir süreyi sosyal medyada geçirdiğini belirtmiştir. Sosyal medyada 2 saatten daha fazla zaman geçirme oranı incelendiğinde, 19-29 yaş grubundakilerin diğer yaş gruplarından, üniversite mezunlarının diğer eğitim düzeylerine sahip olan bireylerden daha fazla olduğu görülmektedir.
- Estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edinilen bilgilere güvenmediğini belirten kişiler, ankete katılan kişilerin yaklaşık yarısıdır. Sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça buna paralel olarak güvenin arttığı, güvensizliğin azaldığı tespit edilmiştir.
- Sosyal medyada en çok görülen estetik dental işlemler sırasıyla “Diş beyazlatma”, “Lamina veneer uygulaması (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin sadece ön yüzlerinin yaprak porselen ile kaplanması)” ve “Ortodontik tedavi(diş çapraşıklıklarının düzeltilmesi)” işlemleridir.
- Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördükleri için estetik diş tedavisi yaptırıp yaptırmadıkları sorulduğunda, anket katılımcılarının dörtte üçü yaptırmadığını veya yaptırmayı düşünmediğini belirtmiştir. Gün içinde sosyal medya platformlarında geçirilen zaman arttıkça, bu soruya verilen hayır cevabının sıklığının da azaldığı görülmüştür.
- Katılımcıların yaklaşık yarısının estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının insanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabileceğini savunmakta olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların çoğu sosyal medyanın etkisinin olumlu olduğunu düşünürken, erkeklerde bu sayı daha azdır. Bunun aksine sosyal medyanın sağlık üzerinde herhangi bir etkisinin olmayacağını düşünen erkeklerin sayısı, kadınların sayısından fazladır. Yaş ilerledikçe herhangi bir etkisi olmayacağını

düşünenlerin oranı artarken, olumsuz etki edebileceğini düşünenler azalmıştır. Tam tersi olarak eğitim düzeyi ve sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça, sosyal medyanın olumsuz etki edebileceğini düşünenlerin oranı artış göstermiştir. Ayrıca sosyal medyada geçirilen zamanın artışıyla, sosyal medyanın estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların yayınlanmasının kullanıcılar üzerinde herhangi bir etkisi olmayacağını düşünenlerin oranı azalmıştır.

- Tüm demografik gruplarda, estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihlerini etkileyen en büyük etken diş hekiminin uzman olup olmaması olurken; yaş ilerledikçe teklifler ve indirimler, diş hekimi tercihi etkileyen etkenler arasında daha önemli bir hale gelmektedir. Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası seçeneğinin, sosyal medyada daha çok zaman geçiren genç yaş grupları için diş hekimi tercihlerini etkileyen bir diğer neden olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyi arttıkça diş hekimi ya da kliniğin sosyal medya aktivitesi hekim seçimini etkileyen bir etmen olmaktan çıkmaktadır.
- Katılımcıların dental özgüvenleri genel olarak yüksektir. Yüksek eğitim alan kişilerin genel olarak diş görünümlerinden memnuniyetleri diğer gruplara göre yüksektir. Kadınlar, 30-39 yaş aralığındaki kişiler ve doktora yapmış olanlar genel olarak ve fotoğraflarda, videolarda, topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakınen konuşma ve gülme esnasında dişlerinin görünümünden en memnun olan demografik gruplardır. Özellikle diş görünümü yüzünden fotoğraf paylaşmamaya, ağzını gizleyerek konuşmaya çalışan en büyük grup ise lise mezunlarıdır.

Dental özgüven ile benlik saygısı arasında paralel bir ilişki vardır. Dental özgüveni yüksek kişilerin benlik saygıları da yüksek bulunmuştur.

- Anket çalışmasına katılan kişiler dental estetiği etkileyen çeşitli parametrelerle ilgili genel olarak memnun oldukları görülmektedir. Ortak olarak en az memnun olunan konu “Dişlerin rengi/tonu” olmuştur.
- Bu çalışmaya katılan kişilere uygulanan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’nden elde edilen verilere göre katılımcıların dikkate değer bir şekilde büyük bir kısmının benlik saygısının yüksek olduğu belirlenmiştir. Düşük benlik saygısına sahip bireye rastlanmamıştır. Benlik saygısı en yüksek grup 40-49 yaş aralığıdır. Genel olarak eğitim düzeyi arttıkça benlik saygısının

arttığı görülmüştür. Benlik saygısı ile sosyal medya üzerinde geçirilen zamanın ilişkisi incelendiğinde de bu platformlar üzerinde daha az zaman geçirenlerin benlik saygılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmamızın sonuçlarına göre, sosyal medya platformlarında uzun zaman geçirmenin kişilerin benlik saygılarını ve dental özgüvenlerini düşürdüğü görülmüştür. Bunun yanı sıra estetik tedavilere yatkınlıklarının da bu nedenlere bağlı olarak arttığı anlaşılmaktadır. Sosyal medyanın etkisinin ve kullanıcı sayısının giderek artması, estetik operasyon yaptıran kişi sayısının her yıl katlanarak artmasının bir nedeni olabilir. Bu sebeple özellikle sosyal medyadan en çok etkilenen genç yaş grubundaki bireylerin psikolojik sağlıkları, benlik saygılarının gelişimi, kendileri ve sağlıkları için doğru kararlar verebilmeleri için medya okur-yazarlığı eğitimi alıp, bu platformlar üzerinde gördükleri paylaşımları eleştirel bakış açısıyla değerlendirmelerinin, gün geçtikçe daha önemli bir hale geldiği söylenebilir.

Bu tez çalışmasının hazırlanması sürecinde yaptığımız literatür araştırması sonucunda Türkiye’de sosyal medyanın estetik diş hekimliği, dental özgüven ve benlik saygısı üzerine etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlamadığımız için tez çalışmamızın bu alanda yapılacak gelecekteki çalışmalara öncü olacağını düşünmekteyiz.

Gelecekte estetik diş hekimliği, benlik saygısı, dental özgüven ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi değerlendiren örneklem büyüklüğünün daha fazla olduğu, daha farklı kültürlerin katılımını içeren çok merkezli araştırmaların gerektiği görüşündeyiz. Ayrıca benlik saygısı üzerine etki eden diğer faktörlerinde (psikolojik durum, aile ve çocukluk çağı deneyimleri, sosyo-ekonomik durum, vücut bütünlüğünü bozacak herhangi bir sağlık sorunu vb.) sorgulanarak çalışmaya dahil edilmesinin faydalı olabileceği görüşünü paylaşmaktayız.

KAYNAKLAR

1. Holliday R, Taylor JS. Aesthetic surgery as false beauty. *Fem Theory*. 2006; 7: 179-95.
2. Tunalı İ. Estetik. 1st. ed. Remzi Kitabevi, 2012; 13-23.
3. Park LE, Maner JK. Does self-threat promote social connection? The role of self-esteem and contingencies of self-worth. *J Pers Soc Psychol*. 2009; 96: 203-17.
4. Tjan AHL, Miller GD, The JGP. Some esthetic factors in a smile. *J Prosthet Dent*. 1984; 51: 24-8.
5. Ronald E. Goldstein. Ronald E. Goldstein's Esthetics in Dentistry. Ronald E. Goldstein, Stephen J. Chu, Ernesto A. Lee, and Christian F.J. Stappert, editors. 3rd ed. John Wiley & Sons, Inc., 2018; 3-12
6. Frederick DA, Forbes GB, Grigorian KE, Jarcho JM. The UCLA Body Project I: Gender and Ethnic Differences in Self-Objectification and Body Satisfaction Among 2,206 Undergraduates. 2007; 57: 317-27.
7. Pearce EB. What is Beauty? *Contemp Fam Equity Lens*. 2020; 19-23
8. Tran Cao P. The Use of Botulinum Toxin and Dermal Fillers to Enhance Patients' Perceived Attractiveness. *Dent Clin North Am*. 2020; 64: 659-68.
9. Patzer, Gordon L. Why physically attractive people are more successful : the scientific explanation, social consequences, and ethical problems / Gordon L. Patzer ; foreword by Thomas F. Cash. Lewiston, N.Y. : Edwin Mellen Press, 2007; 120-9
10. Langlois JH, Kalakanis L, Rubenstein AJ, Larson A, Hallam M, Smoot M. Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychol Bull*. 2000; 126: 390-423.
11. Pithon MM, Nascimento CC, Barbosa GCG, Coqueiro R da S. Do dental esthetics have any influence on finding a job? *Am J Orthod Dentofacial Orthop*. 2014; 146: 423-9
12. Efran MG. The effect of physical appearance on the judgment of guilt, interpersonal attraction, and severity of recommended punishment in a simulated jury task. *J Res Personal*. 1974; 8: 45-54.
13. Little AC. Facial attractiveness. *Encycl Evol Psychol Sci*. 2021; 287-91.
14. Flores-Mir C, Silva E, Barriga MI, Lagravère MO, Major PW. Lay person's perception of smile aesthetics in dental and facial views. *J Orthod*. 2004; 31: 204-9.
15. Murphy R, Murphy C, Kelly M, Roche B. Using the Implicit Relational Assessment Procedure (IRAP) to Examine Implicit Beauty Bias in the Context of Employability. *Psychol Rec*. 2021; 71: 423-33.

16. Davis LG, Ashworth PD, Spriggs LS. Psychological effects of aesthetic dental treatment. *J Dent.* 1998; 26: 547-54.
17. Van der Geld P, Oosterveld P, Van Heck G, Kuijpers-Jagtman AM. Smile Attractiveness. *Angle Orthod.* 2007; 77: 759-65.
18. Ferguson CJ, Muñoz ME, Garza A, Galindo M. Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *J Youth Adolesc.* 2014; 43: 1-14.
19. Carey CM. Tooth whitening: what we now know. *J Evid Based Dent Pract.* 2014; 14: 70-6.
20. Kelleher M. The law is an ass: legal and ethical issues surrounding the bleaching of young patients' discoloured teeth. *Fac Dent J.* 2014; 5: 56-67.
21. Ortiz-Ospina (2019) - "The rise of social media" Published online at OurWorldInData.org. [serial online], 2019, [cited 2023 Feb 2] Available from: URL: '<https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>'
22. Auxier B, Anderson M. Social media use in 2021. *Pew Res Cent.* 2021; 1: 1-4.
23. Al Awdah AS, Ali BB, Al Twaim S, Al Habdan AA. The power of social media on esthetic dental treatment choices in Arabian Gulf Region. *Int J Dent Oral Health.* 2019; 4: 1-5.
24. Abbasi MS, Lal A, Das G, Salman F, Akram A, Ahmed AR, vd. Impact of Social Media on Aesthetic Dentistry: General Practitioners' Perspectives. *Healthcare.* MDPI; 2022; 10: 1-10.
25. Alhuzili G, Alghamdi A, Alhazmy R, Abdullah H, Sembawa S, Khayat W. The Impact of Social Media Posts Concerning Esthetic Dentistry on Self-Esteem and Satisfaction Among Adults in Saudi Arabia. *Open Dent J.* 2022; 16: 1-9
26. Campos LA, Costa MA, Bonafé FSS, Marôco J, Campos JADB. Psychosocial impact of dental aesthetics on dental patients. *Int Dent J.* 2020; 70: 321-7.
27. Venete A, Trillo-Lumbreras E, Prado-Gascó VJ, Bellot-Arcís C, Almerich-Silla JM, Montiel-Company JM. Relationship between the psychosocial impact of dental aesthetics and perfectionism and self-esteem. *J Clin Exp Dent.* 2017; 9:1453.
28. Spear FM, Kokich VG. A Multidisciplinary Approach to Esthetic Dentistry. *Dent Clin North Am.* 2007; 51: 487-505.
29. Chang CA, Fields HW, Beck FM, Springer NC, Firestone AR, Rosenstiel S, vd. Smile esthetics from patients' perspectives for faces of varying attractiveness. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2011; 140: 171-80.
30. Henson ST, Lindauer SJ, Gardner WG, Shroff B, Tufekci E, Best AM. Influence of dental esthetics on social perceptions of adolescents judged by peers. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2011; 140: 389-95.

31. Ahmed M, Tharwat M, Sanad A, Abdelhamid K, Ali H, Tammam R. From Conventional to Virtual Smile Design Systems: A Current Systematic Review [serial online]. *Medicine & Pharmacology*; 2021, [Cited 2023 Feb 6] Available from: URL:<https://www.preprints.org/manuscript/202104.0572/v1>
32. Jafri Z, Ahmad N, Sawai M, Sultan N, Bhardwaj A. Digital Smile Design-An innovative tool in aesthetic dentistry. *J Oral Biol Craniofacial Res.* 2020; 10: 194-8.
33. Zimmermann M, Mehl A. Virtual smile design systems: a current review [serial online]. 2015 [Cited 2023 Feb 6] Available from: URL: <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/120048>
34. Blatz MB, Chiche G, Bahat O, Roblee R, Coachman C, Heymann HO. Evolution of Aesthetic Dentistry. *J Dent Res.* 2019; 98: 1294-304.
35. Faigin G, Larrabee WF. The Art of the Smile. *Facial Plast Surg Aesthetic Med.* 2020; 22: 3-5.
36. Gavric A, Mirceta D, Jakobovic M, Pavlic A, Zrinski MT, Spalj S. Craniodentofacial characteristics, dental esthetics-related quality of life, and self-esteem. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2015; 147: 711-8.
37. Hönekopp J. Once more: Is beauty in the eye of the beholder? Relative contributions of private and shared taste to judgments of facial attractiveness. *J Exp Psychol Hum Percept Perform.* 2006; 32: 199-209.
38. Mares SHW, de Leeuw RNH, Scholte RHJ, Engels RCME. Facial Attractiveness and Self-Esteem in Adolescence. *J Clin Child Adolesc Psychol.* 2010; 39: 627-37.
39. Borráz-León JI, Rantala MJ, Luoto S, Krams IA, Contreras-Garduño J, Krama T, vd. Self-Perceived Facial Attractiveness, Fluctuating Asymmetry, and Minor Ailments Predict Mental Health Outcomes. *Adapt Hum Behav Physiol.* 2021; 7: 363-81.
40. Parrini S, Rossini G, Castroflorio T, Fortini A, Deregibus A, Debernardi C. Laypeople's perceptions of frontal smile esthetics: A systematic review. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2016; 150: 740-50.
41. Morley J, Eubank J. Macroesthetic elements of smile design. *J Am Dent Assoc.* 2001; 132: 39-45.
42. Sekertzi, Soukrie. Ortodontik Tedavide Gülümseme Estetiğinin Değerlendirilmesi. *Aydın Dental Journal*, 2022; 8: 143-157.
43. Gill DS, Naini FB, Tredwin CJ. Smile Aesthetics. *Dent Update.* 2007; 34: 152-8.
44. He W, Park CJ, Byun S, Tan D, Lin CY, Chee W. Evaluating the relationship between tooth color and enamel thickness, using twin flash photography, cross-polarization photography, and spectrophotometer. *J Esthet Restor Dent.* 2020; 32: 91-101.

45. Joiner A, Luo W. Tooth colour and whiteness: A review. *J Dent.* 2017; 67: 3-10.
46. Gómez-Polo C, Montero J, Gómez-Polo M, de Parga JAMV, Celemin-Viñuela A. Natural Tooth Color Estimation Based on Age and Gender: Tooth Color Estimation Using Spectrophotometry. *J Prosthodont.* 2017; 26: 107-14.
47. Zhao Y, Zhu J. In vivo color measurement of 410 maxillary anterior teeth. *Chin J Dent Res Off J Sci Sect Chin Stomatol Assoc CSA.* 1998; 1: 49-51.
48. Russell MD, Gulfranz M, Moss BW. In vivo measurement of colour changes in natural teeth. *J Oral Rehabil.* 2000; 27: 786-92.
49. Altıncı, P., Gülşen, Can., & Alper, Özer. Diş aşınmaları. *ADO Klinik Bilimler Dergisi*, 2009; 3: 352-360.
50. Öğreten AT, Malkoç MA, Şimşek N, Eltaş ŞD. İleri derecede aşınmış dişlerde vertikal boyutun ve estetiğin sağlanması. *Ann Health Sci Res.* 2014; 3: 39-42.
51. Kunin AA, Evdokimova AY, Moiseeva NS. Age-related differences of tooth enamel morphochemistry in health and dental caries. *EPMA J.* 2015; 6: 1-11.
52. Özkan G, Kanlı A. Ağız Ortamında Yaşlanma İle Birlikte Görülen Değişimler. *J Istanbul Univ Fac Dent.* 2012; 46: 68-78.
53. Palma PJ, Marques JA, Santos J, Falacho RI, Sequeira D, Diogo P, vd. Tooth Discoloration after Regenerative Endodontic Procedures with Calcium Silicate-Based Cements-An Ex Vivo Study. *Appl Sci.* 2020; 10: 57-93.
54. Hassel AJ, Johanning M, Grill S, Schröder J, Wahl HW, Corcodel N, vd. Changes of tooth color in middle and old age: A longitudinal study over a decade. *J Esthet Restor Dent.* 2017; 29: 459-63.
55. O'Brien WJ, Hemmendinger H, Boenke KM, Linger JB, Groh CL. Color distribution of three regions of extracted human teeth. *Dent Mater.* 1997; 13: 179-85.
56. Hasegawa A, Ikeda I, Kawaguchi S. Color and translucency of in vivo natural central incisors. *J Prosthet Dent.* 2000; 83: 418-23.
57. Burke S, Efes BG. Diş Renklenmeleri ve Güncel Tedavileri. *Avrupa Bilim Ve Teknoloji Derg.* 2022; 43: 55-68.
58. Çelik Ç. Diş Renklenmelerinin Tedavisi. *Türk Klin J Restor Dent-Spec Top.* 2017; 3: 104-12.
59. Townsend G, Bockmann M, Hughes T, Brook A. Genetic, environmental and epigenetic influences on variation in human tooth number, size and shape. *Odontology.* 2012; 100: 1-9.
60. Robinson DL, Blackwell PG, Stillman EC, Brook AH. Planar Procrustes analysis of tooth shape. *Arch Oral Biol.* 2001; 46: 191-9.

61. Anderson KM, Behrents RG, McKinney T, Buschang PH. Tooth shape preferences in an esthetic smile. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2005; 128: 458-65.
62. Wolfart S, Menzel H, Kern M. Inability to relate tooth forms to face shape and gender. *Eur J Oral Sci.* 2004; 112: 471-6.
63. Bartlett D, O'Toole S. Tooth wear and aging. *Aust Dent J.* 2019; 64: 59-62.
64. Sharma PK, Sharma P. Dental Smile Esthetics: The Assessment and Creation of the Ideal Smile. *Semin Orthod.* 2012; 18: 193-201.
65. Türköz U. Sürekli Dişlerin Mesio-Distal Boyutlarının Saptanması. *J Istanbul Univ Fac Dent.* 1975; 9: 101-43.
66. Sterrett JD, Oliver T, Robinson F, Fortson W, Knaak B, Russell CM. Width/length ratios of normal clinical crowns of the maxillary anterior dentition in man. *J Clin Periodontol.* 1999; 26: 153-7.
67. Lombardi RE. The principles of visual perception and their clinical application to denture esthetics. *J Prosthet Dent.* 1973; 29: 358-82.
68. Levin EI. Dental esthetics and the golden proportion. *J Prosthet Dent.* 1978; 40: 244-52.
69. Markovics ER, Jánosi K, Biriş C, Cerghizan D, Horga C, Bögözi B, vd. Aesthetic Principles of the Upper Front Teeth: Application of Golden Proportion (Levin) and Golden Percentage (Snow). *Acta Medica Marisiensis.* 2013; 59: 25-7.
70. Nikgoo A, Alavi K, Alavi K, Mirfazaelian A. Assessment of the golden ratio in pleasing smiles. *World J Orthod.* 2009; 10: 224-8.
71. Snow SR. Esthetic Smile Analysis of Maxillary Anterior Tooth Width: The Golden Percentage. *J Esthet Restor Dent.* 1999; 11: 177-84.
72. Thomas JL, Hayes C, Zawaideh S. The effect of axial midline angulation on dental esthetics. *Angle Orthod.* 2003 ;73: 359-64.
73. Pawar B, Mishra P, Banga P, Marawar PP. Gingival zenith and its role in redefining esthetics: A clinical study. *J Indian Soc Periodontol.* 2011; 15: 135-8.
74. Chu SJ, Tan JHP, Stappert CFJ, Tarnow DP. Gingival Zenith Positions and Levels of the Maxillary Anterior Dentition. *J Esthet Restor Dent.* 2009; 21: 113-20.
75. Huang WJ, Creath CJ. The midline diastema: a review of its etiology and treatment. *Pediatr Dent.* 1995; 17: 171-9.
76. Oquendo A, Brea L, David S. Diastema: Correction of Excessive Spaces in the Esthetic Zone. *Dent Clin North Am.* 2011; 55: 265-81.
77. Waldman AB. Smile design for the adolescent patient--interdisciplinary management of anterior tooth size discrepancies. *J Calif Dent Assoc.* 2008; 36: 365-72.

78. Ahmad I. Anterior dental aesthetics: Dental perspective. *Br Dent J.* 2005; 199: 135-41.
79. Foulger TE, Tredwin CJ, Gill DS, Moles DR. The influence of varying maxillary incisal edge embrasure space and interproximal contact area dimensions on perceived smile aesthetics. *Br Dent J.* 2010; 209: 4-10.
80. Burstone CJ. Charles J. Burstone, DDS, MS. Part 1 facial esthetics. Interview by Ravindra Nanda. *J Clin Orthod JCO.* 2007; 41: 79-87.
81. Beyer JW, Lindauer SJ. Evaluation of dental midline position. *Semin Orthod.* 1998; 4: 146-52.
82. Miller EL, Bodden WR, Jamison HC. A study of the relationship of the dental midline to the facial median line. *J Prosthet Dent.* 1979; 41: 657-60.
83. Sarver DM. The importance of incisor positioning in the esthetic smile: The smile arc. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2001; 120: 98-111.
84. Machado AW. 10 commandments of smile esthetics. *Dent Press J Orthod.* 2014; 19: 136-57.
85. Khan M, Kazmi SMR, Khan FR, Samejo I. Analysis of different characteristics of smile. *BDJ Open.* 2020; 6: 6-13.
86. Moore T, Southard KA, Casco JS, Qian F, Southard TE. Buccal corridors and smile esthetics. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2005; 127: 208-13.
87. Roden-Johnson D, Gallerano R, English J. The effects of buccal corridor spaces and arch form on smile esthetics. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2005; 127: 343-50.
88. Frush JP, Fisher RD. The dynesthetic interpretation of the dentogenic concept. *J Prosthet Dent.* 1958; 8: 558-81.
89. Sybaite J, Sharma P, Fine P, Blizard R, Leung A. The Influence of Varying Gingival Display of Maxillary Anterior Teeth on the Perceptions of Smile Aesthetics. *J Dent.* 2020; 103: 103-504.
90. Trushkowsky R, Arias DM, David S. Digital Smile Design concept delineates the final potential result of crown lengthening and porcelain veneers to correct a gummy smile. *Int J Esthet Dent.* 2016; 11: 338-54.
91. Dym H, Pierre R. Diagnosis and Treatment Approaches to a “Gummy Smile”. *Dent Clin North Am.* 2020; 64: 341-9.
92. Littlewood SJ, Mitchell L. An introduction to orthodontics. 5th ed. Oxford university press; 2019; 11-37
93. Maganzini AL, Schroetter SB, Freeman K. Improvement in smile esthetics following orthodontic treatment: A retrospective study utilizing standardized smile analysis. *Angle Orthod.* 2014; 84: 492-9.

94. Nanda R. Esthetics and biomechanics in orthodontics. C. 2nd ed. St.Louis: Elsevier Health Sciences; 2015; 15-16.
95. Christou T, Betlej A, Aswad N, Ogdon D, Kau CH. Clinical effectiveness of orthodontic treatment on smile esthetics: a systematic review. Clin Cosmet Investig Dent. 2019; 11: 89-101.
96. Al-Quran, F. A., Al-Ghalayini, R. F., & Al-Zu'bi, B. N.. Single-tooth replacement: factors affecting different prosthetic treatment modalities. BMC Oral Health, 2011; 11: 1-7.
97. YU, Haiyang, et al. Minimal invasive microscopic tooth preparation in esthetic restoration: a specialist consensus. International journal of oral science, 2019; 11: 3-31.
98. Calamia JR, Calamia CS. Porcelain Laminate Veneers: Reasons for 25 Years of Success. Dent Clin North Am. 2007; 51: 399-417.
99. Dunne S. The Science and Art of Porcelain Laminate Veneers. Br Dent J. 2003; 195: 543-49.
100. Szalewski L, Wójcik D, Sofińska-Chmiel W, Kuśmierz M, Różyło-Kalinowska I. How the Duration and Mode of Photopolymerization Affect the Mechanical Properties of a Dental Composite Resin. Materials. 2022; 16: 113-26.
101. Gürel G. Porcelain Laminate Veneers: Minimal Tooth Preparation by Design. Dent Clin North Am. 2007; 51: 419-31.
102. Radz GM. Minimum Thickness Anterior Porcelain Restorations. Dent Clin North Am. 2011; 55: 353-70.
103. Cardoso M, de Almeida Neves A, Mine A, Coutinho E, Van Landuyt K, De Munck J, vd. Current aspects on bonding effectiveness and stability in adhesive dentistry: Bonding effectiveness and stability in adhesive dentistry. Aust Dent J. 2011; 56: 31-44.
104. Kaisarly D, Gezawi ME. Polymerization shrinkage assessment of dental resin composites: a literature review. Odontology. 2016; 104: 257-70.
105. Fahl N, Ritter AV. Composite veneers: The direct–indirect technique revisited. J Esthet Restor Dent. 2021; 33: 7-19.
106. Özdemir E, Agüloğlu S, Değer Y. Ön dişlerinde mine defektleri bulunan üç hastanın kompozit ve porselen laminate veneerler kullanılarak estetik rehabilitasyonu (olgu raporu). Gazi Üniversitesi Diş Hekim Fakültesi Derg. 2009; 26: 171-6.
107. Lang NP, Bartold PM. Periodontal health. J Periodontol. 2018; 89: 9-16.
108. Espíndola-Castro LF, de Melo Monteiro GQ, Ortigoza LS, da Silva CHV, Souto-Maior JR. Multidisciplinary Approach to Smile Restoration: Gingivoplasty, Tooth

- Bleaching, and Dental Re-anatomization. *Compend Contin Educ Dent Jamesburg NJ*. 2019; 40: 590-9.
109. Mostafa D. A successful management of sever gummy smile using gingivectomy and botulinum toxin injection: A case report. *Int J Surg Case Rep*. 2018; 42: 169-74.
110. Shemais N, Elarab AE, ElNahass H. The effect of botulinum toxin A in patients with excessive gingival display with and without zinc supplementation: randomized clinical trial. *Clin Oral Investig*. 2021; 25 :6403-17.
111. Demirkol N, Sari F, Erkiliç S, Demirkol M, Üsümez A. Dis Eti Hiperpigmentasyonunun Diyet Lazer ile Tedavisi: Olgu Serisi/Treatment of Gingival Hyperpigmentation with Diode Laser: Case Series. *Turk Klin Dishekimligi Bilim Derg*. 2014; 20: 169.
112. Gujjari SK, Shubhashini PV. Frenectomy: a review with the reports of surgical techniques. *J Clin Diagn Res JCDR*. 2012; 6 :15-87.
113. Limeback H, Meyer F, Enax J. Tooth Whitening with Hydroxyapatite: A Systematic Review. *Dent J*. 2023; 11: 148-159.
114. Epple M, Meyer F, Enax J. A Critical Review of Modern Concepts for Teeth Whitening. *Dent J*. 2019; 7: 79.
115. Gasmi Benahmed A, Gasmi A, Menzel A, Hrynovets I, Chirumbolo S, Shanaida M, vd. A review on natural teeth whitening. *J Oral Biosci*. 2022; 64: 49-58.
116. Gökmen A. Özçekimin bireylerin estetik algı ve müdahalelere yönelimi üzerine etkisinin değerlendirilmesi, Kırıkkale Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi, Uzmanlık Tezi, 2021, Kırıkkale (Danışman: Prof. Dr. Önder M.).
117. Staniewski M, Awruk K. The influence of Instagram on mental well-being and purchasing decisions in a pandemic. *Technol Forecast Soc Change*. 2022; 174: 1-11.
118. Pittman M, Reich B. Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Comput Hum Behav*. 2016; 62: 155-67.
119. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture* 2nd ed., Blackwell, Oxford: UK 1996/2010; 1-3
120. Boyd Danah M., Ellison NB. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *J Comput-Mediat Commun*. 2007; 13: 210-30.
121. Ross C, Orr ES, Sisic M, Arseneault JM, Simmering MG, Orr RR. Personality and motivations associated with Facebook use. *Comput Hum Behav*. 2009; 25: 578-86.
122. Narin B. Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş. *Yeni Medya*. 2021; 10: 177-80.

123. We are Social, & Hootsuite. (2022). Digital 22. Global Overview Report. We are Social & Hootsuite. [Cited 2023 Feb 10] Available from: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>.
124. TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2022 [İnternet]. 2022. [Cited 2023 Feb 10] Available from: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)
125. Wang C. Research and Application Progress of Social Media in China's Tourism. İçinde: Proceedings of the 2016 International Conference on Sensor Network and Computer Engineering [Internet]. Xi'an, China: Atlantis Press; 2016, [Cited 2023 Feb 10] Available from: <http://www.atlantis-press.com/php/paper-details.php?id=25859710>
126. Ibrahim A, Indah DR, Meytri DI. The implementation of social customer relationship management for tourism information system. Indones J Electr Eng Comput Sci. 2021; 24: 1578.
127. Kim J, Kim M. Rise of Social Media Influencers as a New Marketing Channel: Focusing on the Roles of Psychological Well-Being and Perceived Social Responsibility among Consumers. Int J Environ Res Public Health. 2022; 19: 1-19.
128. Akram W, Kumar R. A study on positive and negative effects of social media on society. Int J Comput Sci Eng. 2017; 5: 351-4.
129. Oğuz Akay Ş. Sosyal medya paylaşımlarının kişisel beslenme alışkanlıklarına ve beden algısı üzerine etkisinin değerlendirilmesi. İstanbul Bilim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019, İstanbul (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Tapan T).
130. Siddiqui S, Singh T. Social media its impact with positive and negative aspects. Int J Comput Appl Technol Res. 2016; 5: 71-5.
131. Kellner D, Share J. Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. Discourse Stud Cult Polit Educ. 2005; 26: 369-86.
132. Cho H, Cannon J, Lopez R, Li W. Social media literacy: A conceptual framework. New Media Soc. 2022; 25: 1-20
133. Kellner D, Share J. Critical media literacy: Crucial policy choices for a twenty-first-century democracy. Policy Futur Educ. 2007; 5: 59-69.
134. Tamer Gencer Z, Daşlı Y, BiÇer EB. Sağlık İletişiminde Yeni Yaklaşımlar: Dijital Medya Kullanımı. Selçuk Üniversitesi Sos Bilim Mesl Yüksekokulu Derg. 2019; 22: 42-52.
135. Göysari M. A comparative look at media literacy education in Turkey focusing on the shift to a more critical approach and new media updates in the curriculum. Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2016, İstanbul. (Danışman: Prof. Dr. O'Neil M.).

136. Thompson, J. K., Heinberg, L., Altabe, M. N., & Tantleff-Dunn, S. . Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance. Washington, DC: American Psychological Association 1999; 19-50.
137. Javier SJ, Belgrave FZ. An Examination of Influences on Body Dissatisfaction Among Asian American College Females: Do Family, Media, or Peers Play a Role? *J Am Coll Health*. 2015; 63: 579-83.
138. Xiong F, Liu Y. Opinion formation on social media: An empirical approach. *Chaos Interdiscip J Nonlinear Sci*. 2014; 24: 1-8.
139. Chou WYS, Oh A, Klein WMP. Addressing Health-Related Misinformation on Social Media. *JAMA*. 2018; 320: 2417-2418.
140. Funk S, Gilad E, Watkins C, Jansen VAA. The spread of awareness and its impact on epidemic outbreaks. *Proc Natl Acad Sci*. 2009; 106: 6872-7.
141. Cavallo DN, Chou WYS, McQueen A, Ramirez A, Riley WT. Cancer Prevention and Control Interventions Using Social Media: User-Generated Approaches. *Cancer Epidemiol Biomarkers Prev*. 2014; 23: 1953-6.
142. Naslund JA, Grande SW, Aschbrenner KA, Elwyn G. Naturally Occurring Peer Support through Social Media: The Experiences of Individuals with Severe Mental Illness Using YouTube. 2014; 9: 110171.
143. Sama PR, Eapen ZJ, Weinfurt KP, Shah BR, Schulman KA. An Evaluation of Mobile Health Application Tools. *JMIR MHealth UHealth*. 2014; 2: 19.
144. Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018; 359: 1146-51.
145. Levy JA, Strombeck R. Health benefits and risks of the Internet. *J Med Syst*. 2002; 26: 495-510.
146. Suarez-Lledo V, Alvarez-Galvez J. Prevalence of health misinformation on social media: systematic review. *J Med Internet Res*. 2021; 23: 17187.
147. Azark R. Social media and dentistry: can the new 'word of mouth' help your practice grow? *CDS Rev*. 2010; 103: 10-1.
148. Bates SB, Riedy CA. Changing knowledge and beliefs through an oral health pregnancy message. *J Public Health Dent*. 2012; 72: 104-11.
149. Ajwa N, Al Mohsen S, Kuwail A, Al Osaif E. The impact of using social media networks on dental treatment marketing in Saudi Arabia: the practitioners and patient's perspectives. *J Oral Health Dent Sci*. 2018; 1: 1-15.
150. Madihi S, Ghorbani Z, Farrokhi F, Hasani A. Effects of Social Media on People's Tendency Toward Aesthetic Dental Treatments. *J Dent Sch Shahid Beheshti Univ Med Sci*. 2022; 40: 31-5.

151. Denecke K, Bamidis P, Bond C, Gabarron E, Househ M, Lau AYS, vd. Ethical Issues of Social Media Usage in Healthcare. *Yearb Med Inform.* 2015; 10: 137-47.
152. Selvi K. Exploring Men's Body Image Concerns And Predisposing Factors For Muscle Dysmorphia In The Framework Of Self-Determination Theory. *Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, Doktora Tezi*, 2018, Ankara (Danışman: Özen Ö.)
153. Schilder P. The image and appearance of the human body. Routledge; 2013; 11-36
154. Clay D, Vignoles VL, Dittmar H. Body Image and Self-Esteem Among Adolescent Girls: Testing the Influence of Sociocultural Factors. *J Res Adolesc.* 2005; 15: 451-77.
155. McCabe MP, Ricciardelli LA. A prospective study of pressures from parents, peers, and the media on extreme weight change behaviors among adolescent boys and girls. *Behav Res Ther.* 2005; 43: 653-68.
156. Kozar JM, Damhorst ML. Comparison of the Ideal and Real Body as Women Age: Relationships to Age Identity, Body Satisfaction and Importance, and Attention to Models in Advertising. *Cloth Text Res J.* 2009; 27: 197-210.
157. Aslan D. Beden algısı ile ilgili sorunların yaratabileceği beslenme sorunları. *Sürekli Tıp Eğitimi Derg.* 2004; 13: 326-9.
158. Stice E, Whitenton K. Risk factors for body dissatisfaction in adolescent girls: A longitudinal investigation. *Dev Psychol.* 2002; 38: 669-78.
159. Tiggemann, M.. Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. F. Cash & L. Smolak, *Body image: A handbook of science, practice, and prevention.* The Guilford Press. 2011; 12–19.
160. T.F. Cash, T. Pruzinsky (Eds.), *Future challenges for body image theory, research, and clinical practice* *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*, Guilford, New York. 2002; 509-516
161. Johnson F, Wardle J. Dietary restraint, body dissatisfaction, and psychological distress: a prospective analysis. *J Abnorm Psychol.* 2005; 114: 119.
162. Mills JS, Musto S, Williams L, Tiggemann M. "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image.* 2018; 27: 86-92.
163. Instagram,2023. Erişim adresi: <https://www.instagram.com/directory/hashtags/>.
164. Tiggemann M, Hayden S, Brown Z, Veldhuis J. The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body Image.* 2018; 26: 90-7.
165. Yang J, Fardouly J, Wang Y, Shi W. Selfie-Viewing and Facial Dissatisfaction among Emerging Adults: A Moderated Mediation Model of Appearance

- Comparisons and Self-Objectification. *Int J Environ Res Public Health*. 2020; 17: 672.
166. Cohen R, Newton-John T, Slater A. 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Comput Hum Behav*. 2018; 79: 68-74.
 167. Tiggemann M, Anderberg I, Brown Z. Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image*. 2020; 33: 175-82.
 168. Beos N, Kemps E, Prichard I. Photo manipulation as a predictor of facial dissatisfaction and cosmetic procedure attitudes. *Body Image*. 2021; 39: 194-201.
 169. Chen J, Ishii M, Bater KL, Darrach H, Liao D, Huynh PP, vd. Association Between the Use of Social Media and Photograph Editing Applications, Self-esteem, and Cosmetic Surgery Acceptance. *JAMA Facial Plast Surg*. 2019; 21: 361-7.
 170. Shome D, Vadera S, Male SR, Kapoor R. Does taking selfies lead to increased desire to undergo cosmetic surgery. *J Cosmet Dermatol*. 2020; 19: 2025-32.
 171. Fardouly J, Vartanian LR. Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Curr Opin Psychol*. 2016; 9: 1-5.
 172. Afroz S, Rathi S, Rajput G, Rahman SA. Dental esthetics and its impact on psycho-social well-being and dental self confidence: a campus based survey of north Indian university students. *J Indian Prosthodont Soc*. 2013; 13: 455-60.
 173. Claudino D, Traebert J. Malocclusion, dental aesthetic self-perception and quality of life in a 18 to 21 year-old population: a cross section study. *BMC Oral Health*. 2013; 13: 1-6.
 174. Goldstein RE. Study of need for esthetics in dentistry. *J Prosthet Dent*. 1969; 21: 589-98.
 175. Badran SA. The effect of malocclusion and self-perceived aesthetics on the self-esteem of a sample of Jordanian adolescents. *Eur J Orthod*. 2010; 32: 638-44.
 176. Zlot SI, Herrmann M, Hofer-Mayer T, Adler M, Adler RH. A comparison of self-concept and personality disorders in women with pain accounted for by psychological factors, women with major depression, and healthy controls. *Int J Psychiatry Med*. 2001; 31: 61-71.
 177. Klages U, Claus N, Wehrbein H, Zentner A. Development of a questionnaire for assessment of the psychosocial impact of dental aesthetics in young adults. *Eur J Orthod*. 2006; 28: 103-11.
 178. Ellakany P, Fouda SM, Alghamdi M, Bakhurji E. Factors affecting dental self-confidence and satisfaction with dental appearance among adolescents in Saudi Arabia: a cross sectional study. *BMC Oral Health*. 2021; 21: 1-8.

179. Kundu SC, Rani S. Human resources' self-esteem across gender and categories: a study. *Ind Manag Data Syst.* 2007; 107: 1366-90.
180. Mruk, C. J.. Self-Esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem. 3rd ed. Springer Publishing Co. 2006; 19-38
181. Korkmaz M. Yetişkin örneklem için bir benlik saygısı ölçeğinin güvenirlik ve geçerlik çalışması. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir, 1996 (Danışman: Prof. Dr. Uysal Ş.)
182. Mischel W. Looking for personality. Mischel, W. Looking for personality. In S. Koch & D. E. Leary (Eds.), *A century of psychology as science* American Psychological Association. 1985; 515–526.
183. Rogers, C. R.. *Experiences in Communication*. In C. R. Rogers (Ed.), *A Way of Being* Boston, MA Houghton Mifflin. 1980; 5-26.
184. DeFreese EW, Nissley GE. Self-Esteem, Assessment of. İçinde: Carducci BJ, Nave CS, Nave CS, editörler. *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences* [Internet]. 1. bs Wiley; 2020 [Cited 13 Ap 2023]. s. 243-7. Available from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118970843.ch112>
185. Trzesniewski KH, Donnellan MB, Robins RW. Development of self-esteem. İçinde: *Self-esteem*. Psychology Press; 2013; 60-79.
186. Çuhadaroglu F. Adolesanlarda benlik saygısı. Hacet Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı, Uzmanlık Tezi, Ankara. 1986. (Danışman: Prof. Dr. Yalçın A.)
187. Cecen AR. Üniversite Öğrencilerinde Yaşam Doyumunu Yordamada Bireysel Bütünlük (Tutarlılık) Duygusu, Aile Bütünlük Duygusu Ve Benlik Saygısı. *J Theory Pract Educ JTPE*. 2008; 4: 19-30.
188. Rosenberg, M., & Owens, T. J.. Low self-esteem people: A collective portrait. In T. J. Owens, S. Stryker, & N. Goodman (Eds.), *Extending self-esteem theory and research: Sociological and psychological currents* Cambridge University Press. 2001; 400–436.
189. Kıran Ö. Dijital Ortamlarda Benlik Sunumu ve Kimlik İnşası. *İnsan Ve Toplum Bilim Araştırmaları Derg.* 2021; 10: 2038-65.
190. Özdemir B, Yıldırım G. Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası Ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Yeni Medya Elektronik Derg.* 2019; 3: 178-91.
191. Özgen İ. Tüketim Kültürü ve Medyada Güzellik Söylemi: Bir Alımlama Çalışması. *Glob Media J TR Ed.* 2017; 8: 1-28.
192. Kircaburun K. Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *J Educ Pract.* 2016; 7: 64-72.

193. Alcan A., Çetin S. Sosyal medya kullanımının kadınların estetik cerrahiye ilişkin tutumlarına etkisi. *Osman Tıp Derg.* 2022; 44: 554-62.
194. Dömbekci Ha, Öztürk Ye. Burun Estetiği Operasyonlarını Etkileyen Sosyal Faktörler Ve Burun Estetiğinin Tıbbileştirilmesi. *Ekev Akad Derg.* 2021; 87: 217-40.
195. Barlas GÜ, Karaca S, Nevin O, Öz YC, Gürkan A, İşıl I, vd. Estetik cerrahi hastalarında beden imajı, işlevsel olmayan tutumlar ve depresyon. *Türk Plast Rekonstrüktif Ve Estet Cerrahi Derg.* 2014; 22: 108-13.
196. Boynikar NT, Öztürk M. Ütopik Bir Mekan Olarak Instagram: Sanal Temsiller. *Genç Araştırmaları Derg.* 2022; 10: 68-89.
197. Söner O, Yılmaz O. Ergenlerin sosyal medya beğenilmeme korkularının yordayıcısı olarak benlik saygısı ve benlik tasarımı. *Yaşam Becerileri Psikol Derg.* 2020; 4: 51-68.
198. Özlem U, Yıldırım V, Erman U. Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi. *Turk J Fam Med Prim Care.* 2016; 10: 142-7.
199. Yüksel-Sahin F, Öztoprak Ö. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *IBAD Sos Bilim Derg.* 2019; 363-77.
200. Perrin A. Social media usage. *Pew Res Cent.* 2015; 125: 52-68.
201. Sampson A, Jeremiah HG, Andiappan M, Newton JT. The effect of viewing idealised smile images versus nature images via social media on immediate facial satisfaction in young adults: A randomised controlled trial. *J Orthod.* 2020; 47: 55-64.
202. Eren EŞ. Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacet Üniversitesi Eğitim Fakültesi Derg.* 2014; 29: 230-43.
203. Berryman C, Ferguson CJ, Negy C. Social media use and mental health among young adults. *Psychiatr Q.* 2018; 89: 7-14.
204. Lin LY, Sidani JE, Shensa A, Radovic A, Miller E, Colditz JB, vd. Association between social media use and depression among US young adults. *Depress Anxiety.* 2016; 33: 323-31.
205. Ashaye OR, Mahmoud AB, Munna AS, Ali N. The role of social media engagement and emotional intelligence in successful employment. *High Educ Ski Work-Based Learn.* 2023; 13: 315-37.
206. del Corso JJ. Counselling young adults to become career adaptable and career resilient. *Psychol Career Adapt Employab Resil.* 2017; 171-88.

207. Oyman N. Sosyal medya dindarlığı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Derg. 2016; 28: 125-67.
208. Becerikli Sy. Kuşaklararası İletişim Açısından Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: İleri Yaş Grubu Üzerine Bir Değerlendirme. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg İstanbul Univ Fac Commun J. 2013; 44: 19-31.
209. Lee B, Chen Y, Hewitt L. Age differences in constraints encountered by seniors in their use of computers and the internet. Comput Hum Behav. 2011; 27: 1231-7.
210. Meymo, Shivan & Nyström, Kenn. Why do elderly not use social media? An investigation of the elderly's attitudes to HCI. 1985; 10: 1-25
211. Açıkıllı G, Atalay Kd, Işın Fb, Çıdam E. Yaşlı Pazarının Sosyal Medya Kullanımlarının Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında İncelenmesi: 55 Yaş Üstü Kadınlara Yönelik Bir Çalışma. Ank Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilim Fakültesi Derg. 2018; 20: 317-36.
212. Tekedere H, Arpacı F. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Görüşleri. Türkiye Sos Araştırmalar Derg. 2016; 20: 377-92.
213. Baran, Aylin & Koçak Kurt, Şeyda & Serdar Tekeli, Esra. Yaşlıların Dijital Teknolojileri Kullanım Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. 2017; 45: 1-24.
214. Atakışi B, Orhan ŞF. Orta Yaş ve Üstü Yetişkinlerin Günlük Yaşamda İnternet Kullanma Durumlarının İncelenmesi. Ildız J Educ Res. 2020; 5: 1-26.
215. Cengiz G. Siber Suçlar, Sosyal Medya ve Siber Etik. İletişim Çalışmaları Derg. 2021; 7: 407-24.
216. Kalıncara V, İsmail S. Yaşlılarda Sosyal Ağ Kullanımı ve Yalnızlık İlişkisinin Belirlenmesi. Yaşlı Sorunları Araşt Derg. 2019; 12: 8-19.
217. Öztürk Ş. Sosyal medyada etik sorunlar. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akad Derg. 2015; 9: 287-311.
218. İhsan E. Görme engelli kullanıcıların mobil erişebilirliği: Kullanılabilirlik yaklaşımı ile sosyal medya uygulamalarının analizi. Uluslar Kültürel Ve Sos Araştırmalar Derg. 2020; 6: 375-91.
219. Moorhead SA, Hazlett DE, Harrison L, Carroll JK, Irwin A, Hoving C. A New Dimension of Health Care: Systematic Review of the Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication. J Med Internet Res. 2013; 15: 80-5.
220. Kıran S, Küçükboşancı H, Emre İe. Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. Bilişim Teknol Derg. 2020; 13: 435-41.
221. Tosyalı H, Sütçü CS. Sağlık iletişimde sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki etkileri. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg. 2016; 3: 3-22.

222. Güldü Ö, Kart ME. Toplumsal cinsiyet rolleri ve siyasal tutumlar: Sosyal psikolojik bir değerlendirme. *Ank Üniversitesi SBF Derg.* 2009; 64: 97-116.
223. Savaş G. Türkiye’de yaşayan bireylerin toplumsal cinsiyet eşit (siz) liği algısı- Gender (In) equality perception of individuals living in Turkey. *Akdeniz Kadın Çalışmaları Ve Toplum Cinsiyet Derg.* 2018; 1: 101-21.
224. Vatandaş C. Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Istanb J Sociol Stud.* 2007; 35: 29-56.
225. Carr CT, Hayes RA. Social media: Defining, developing, and divining. *Atl J Commun.* 2015; 23: 46-65.
226. Alnjadat R, Hmaidi MM, Samha TE, Kilani MM, Hasswan AM. Gender variations in social media usage and academic performance among the students of University of Sharjah. *J Taibah Univ Med Sci.* 2019; 14: 390-4.
227. Krasnova H, Veltri NF, Eling N, Buxmann P. Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *J Strateg Inf Syst.* 2017; 26: 261-84.
228. Tarakçı İe, Mehmet B. Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı: Amaçlar Ve Motivasyonlar. *Euroasia J Soc Sci Humanit.* 2019; 6: 167-79.
229. Arıkan HA. Sosyal medya ve online benlik sunumu: Instagram kullanıcılarının benlik sunumlarının incelenmesi. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi, Aksaray, 2023, (Danışman: Doç. Dr. Aktan E.).*
230. Koch T, Gerber C, De Klerk JJ. The impact of social media on recruitment: Are you LinkedIn? *SA J Hum Resour Manag.* 2018; 16: 1-14.
231. Dikmen M. COVID-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Derg.* 2021; 22: 20-30.
232. Koçak M, Zeliha T. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişkiler. *MANAS Sos Araştırmalar Derg.* 2021; 10: 1618-31.
233. Karaduman N. Popüler kültürün oluşmasında ve aktarılmasında sosyal medyanın rolü. *Erciyes Üniversitesi Sos Bilim Enstitüsü Derg.* 2017; 31: 113-33.
234. We are Social, & Hootsuite. (2022). Digital 22. Global Overview Report. We are Social & Hootsuite. [Cited 2023 May 10] Available from: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>.
235. We are Social, & Hootsuite. (2021). Digital 21. Global Overview Report. We are Social & Hootsuite. [Cited 2023 May 10] Available from: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-2021/>.
236. Mir H, Kk S, Gupta A, Srivastava D, Saleem A, Ashraf W. The Impact of Using Social Media on Dental Treatment: An Online Survey. *IHRJ.* 2020; 3: 358-62.

237. Hamm MP, Chisholm A, Shulhan J, Milne A, Scott SD, Given LM, vd. Social media use among patients and caregivers: a scoping review. *BMJ Open*. 2013; 3: e002819.
238. Fox S, Duggan M. Health online 2013. Health (NY). 2013;1-55.
239. Soğukdere Ş, Öztunç M. Sosyal medyada koronavirüs dezenformasyonu. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Derg*. 2020; 5: 59-85.
240. Aydın AF. Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirüs) pandemi süreci. *Asya Stud*. 2020; 4: 76-90.
241. Çağlar G. Covid-19 pandemisinde bilgi edinme kaynakları, medya kullanım alışkanlıkları ve aşıya yönelik tutumlar. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg*. 2021; 36: 178-202.
242. Warner-Söderholm G, Bertsch A, Sawe E, Lee D, Wolfe T, Meyer J, vd. Who trusts social media? *Comput Hum Behav*. 2018; 81: 303-15.
243. Ruths D, Pfeffer J. Social media for large studies of behavior. *Science*. 2014; 346: 1063-4.
244. Mano RS. Social media, social causes, giving behavior and money contributions. *Comput Hum Behav*. 2014; 31: 287-93.
245. Christakis NA, Fowler JH. Social contagion theory: examining dynamic social networks and human behavior. *Stat Med*. 2013; 32: 556-77.
246. Schlichte MJ, Karimkhani C, Jones T, Trikha R, Dellavalle RP. Patient use of social media to evaluate cosmetic treatments and procedures. *Dermatol Online J*. 2015; 21: 13030
247. AlJazairy YH. Survival rates for porcelain laminate veneers: a systematic review. *Eur J Dent*. 2021; 15: 360-8.
248. Gresnigt MM, Kalk W, Özcan M. Clinical longevity of ceramic laminate veneers bonded to teeth with and without existing composite restorations up to 40 months. *Clin Oral Investig*. 2013; 17: 823-32.
249. Demirekin, Z., Buyukcavus, E. Social Media Research On "Laminate Veneer": During Covid 19-Pandemic. *International Journal Of Research -Granthaalayah*. 2023; 11: 29-38.
250. Türk GD, Bayrakci S. Sosyal Medya ve Toplumda Değişen Estetik İşlem Yaptırma Algısı. *AJIT-E Online Acad J Inf Technol [İnternet]*. 2020 [Cited 14 june 2023];10(39). Available from: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ajit-e/issue/54250/735310>
251. Odabaş S. Medyada Beden Politikalarının Temsili “Güzelliğin On Para Etmez Şu Estetik Cerrahlar Olmasa”. *Kültür Ve İletişim*. 2008; 1: 53-72.

252. Parmar N, Dong L, Eisingerich AB. Connecting with your dentist on facebook: patients' and dentists' attitudes towards social media usage in dentistry. *J Med Internet Res*. 2018; 20: e10109.
253. Henry RK, Molnar A, Henry JC. A survey of US dental practices' use of social media. *J Contemp Dent Pr*. 2012; 13: 137-41.
254. Snyman L, Visser JH. The adoption of social media and social media marketing by dentists in South Africa. *South Afr Dent J*. 2014; 69: 258-64.
255. Ellakany P, Fouda SM, Alghamdi M, Bakhurji E. Factors affecting dental self-confidence and satisfaction with dental appearance among adolescents in Saudi Arabia: a cross sectional study. *BMC Oral Health*. 2021; 21: 1-8.
256. Alalawi A, Aljuaid H, Natto ZS. The effect of social media on the choice of dental patients: a cross-sectional study in the city of Jeddah, Saudi Arabia. *Patient Prefer Adherence*. 2019;1685-92.
257. Saiphoo AN, Vahedi Z. A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Comput Hum Behav*. 2019; 101: 259-75.
258. Faelens L, Hoorelbeke K, Cambier R, Van Put J, Van De Putte E, De Raedt R, vd. The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Comput Hum Behav Rep*. 2021; 4: 100121.
259. Cohen R, Irwin L, Newton-John T, Slater A. #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*. 2019; 29: 47-57.
260. Şener E, Samur M. Sağlığı geliştirici bir unsur olarak sosyal medya: Facebookta sağlık. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilim Derg*. 2013; 2: 508-23.
261. Vardarlier P, Öztürk C. Sağlık iletişimde sosyal medya kullanımının rolü. *Sosyolojik Düşün*. 2020; 5: 1-18.
262. Ataman G, Yarımoğlu Ek. Hastane türlerine göre hasta memnuniyetini ve hastane seçimini etkileyen unsurlar. *Hacet Sağlık İdaresi Derg*. 2018; 21: 273-88.
263. Al-Borie HM, Sheikh Damanhour AM. Patients' satisfaction of service quality in Saudi hospitals: a SERVQUAL analysis. *Int J Health Care Qual Assur*. 2013; 26: 20-30.
264. Demirer, Omur & Bülbül, Hasan. Kamu ve özel hastanelerde hizmet kalitesi, hasta tatmini ve tercihi arasındaki ilişki: Karşılaştırmalı bir analiz - The relationships between service quality, patient satisfaction and preference in public and private hospitals in Turkey: A comparative study. *Amme İdaresi Dergisi*. 2014; 47: 95-119.
265. Rahman, Süheyla & Erdem, Ramazan & Devedbakan, Nevzat.. Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği ile Değerlendirilmesi Elazığ'daki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma. 2007; 9: 35-55.

266. Bornstein BH, Marcus D, Cassidy W. Choosing a doctor: an exploratory study of factors influencing patients' choice of a primary care doctor. *J Eval Clin Pract.* 2000; 6: 255-62.
267. Alkadhi OH, Aleissa NK, Almoharib MK, Buquayyid SA. Influence of Social Media on the Patients for Choosing the Dental Clinic-A Cross-sectional Survey. *J Clin Diagn Res.* 2020; 14: 32-34
268. Akbolat M, Durmuş A, Özgün Ü, Amarat M, Fazla İ. Hastaların kurumsal imaj algılarının hastane bağlılıklarına etkisi. *Eur J Educ Soc Sci.* 2017; 2: 67-76.
269. Hoşgör H, Hoşgör Dg. Hastaların Hastane Seçimini Etkileyen Faktörler: Sistematik Derleme (1996-2017). *Hacet Sağlık İdaresi Derg.* 2019; 22: 437-56.
270. Leister J, Stausberg J. Why do patients select a hospital? A conjoint analysis in two German hospitals. *J Hosp Mark Public Relat.* 2007; 17: 13-31.
271. Çakıl E, Özer A. Sağlık hizmetlerinde hasta memnuniyetini etkileyen faktörler. *Tıp Araştırmaları Derg.* 2007; 5: 140-3.
272. Sünter AT, Canbaz S, Tunçel EK, Çetinoğlu E, Peşken Y. Bir Tıp Fakültesinde Yatan Hastaların Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi. *IX Halk Sağlığı Günleri Bildiri Özet Kitabı*, 2005.
273. Sengez G, Dörter C. Estetik diş hekimliğinde renk seçimi. *Selcuk Dent J.* 2019; 6: 213-20.
274. Gençer Bk, Tarçın B, Şenol Aa, Atalı Py. Restoratif Diş Hekimliğinde Geriatrik Yaklaşımlar. *Selcuk Dent J.* 2021; 8: 936-46.
275. Issrani R, Ammanagi R, Keluskar V. Geriatric dentistry-meet the need. *Gerodontology.* 2012; 29: 1-5.
276. Özcan Av, Nalbant L, Nalbant Ad. Geriatrik Protetik Yaklaşımlar. *ADO Klin Bilim Derg.* 2012; 6: 1267-75.
277. Slack-Smith LM, Hearn L, Wilson DF, Wright FAC. Geriatric dentistry, teaching and future directions. *Aust Dent J.* 2015; 60: 125-30.
278. Mitchell TR, Mickel AE. The meaning of money: An individual-difference perspective. *Acad Manage Rev.* 1999; 24: 568-78.
279. Hsieh CM. Money and happiness: does age make a difference? *Ageing Soc.* 2011; 31: 1289-306.
280. Bilir N. Sağlık okur-yazarlığı. *Turk J Public Health.* 2014; 12: 61-8.
281. Taş TA, Akış N. Sağlık okuryazarlığı. *Sürekli Tıp Eğitimi Derg.* 2016; 25: 119-24.
282. Yılmaz M, Tiraki Z. Sağlık okuryazarlığı nedir? Nasıl ölçülür? *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşire Fakültesi Elektronik Derg.* 2016; 9: 142-7.

283. Arısoy DŞ. Sağlık hizmetlerine hizmet kalitesi ve hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesine yönelik bir uygulama. Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilim Fakültesi Derg. 2017; 19: 1079-102.
284. Çiftçi C, Kangalli SG. Eğitim ve Gelir. Ege Acad Rev. 2015; 15: 141-152
285. Simkiv M. Money attitude of Ukrainian young people: socio-demographic aspect. J Educ Cult Soc. 2013; 4: 36-45.
286. Rosenberg M. Rosenberg self-esteem scale (RSE). Accept Commit Ther Meas Package. 1965; 61:18.
287. Corwyn RF. The factor structure of global self-esteem among adolescents and adults. J Res Personal. 2000; 34: 357-79.
288. Schmitt DP, Allik J. Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. J Pers Soc Psychol. 2005; 89: 623.
289. Sinclair SJ, Blais MA, Gansler DA, Sandberg E, Bistis K, LoCicero A. Psychometric properties of the Rosenberg Self-Esteem Scale: Overall and across demographic groups living within the United States. Eval Health Prof. 2010; 33: 56-80.
290. AlShawi AF, Lafta RK. Relation between childhood experiences and adults' self-esteem: A sample from Baghdad. Qatar Med J. 2015; 2014: 82-91.
291. Magro SW, Utesch T, Dreiskämper D, Wagner J. Self-esteem development in middle childhood: Support for sociometer theory. Int J Behav Dev. 2019; 43: 118-27.
292. Kocatürk M, Çiçek İ. Relationship between positive childhood experiences and psychological resilience in university students: The mediating role of self-esteem. J Psychol Couns Sch. 2023; 33: 78-89.
293. Krauss S, Orth U, Robins RW. Family environment and self-esteem development: A longitudinal study from age 10 to 16. J Pers Soc Psychol. 2020; 119: 457.
294. Orth U, Trzesniewski KH, Robins RW. Self-esteem development from young adulthood to old age: A cohort-sequential longitudinal study. J Pers Soc Psychol. 2010; 98: 645-58.
295. Robins RW, Trzesniewski KH, Tracy JL, Gosling SD, Potter J. Global self-esteem across the life span. Psychol Aging. 2002; 17: 423-34.
296. Robins RW, Trzesniewski KH. Self-Esteem Development Across the Lifespan. Curr Dir Psychol Sci. 2005; 14: 158-62.
297. Ogihara Y. Age Differences in Self-Liking in Japan: The Developmental Trajectory of Self-Esteem from Elementary School to Old Age. Lett Evol Behav Sci. 2016; 7: 33-6.

298. Falk CF, Heine SJ. What is implicit self-esteem, and does it vary across cultures? *Personal Soc Psychol Rev.* 2015; 19: 177-98.
299. Boucher HC, Peng K, Shi J, Wang L. Culture and implicit self-esteem: Chinese are “good” and “bad” at the same time. *J Cross-Cult Psychol.* 2009; 40: 24-45.
300. Heine SJ, Lehman DR. Culture, self-discrepancies, and self-satisfaction. *Pers Soc Psychol Bull.* 1999; 25 :915-25.
301. Twenge, J. M., & Crocker, J. Race and self-esteem: Meta-analyses comparing Whites, Blacks, Hispanics, Asians, and American Indians and comment on Gray-Little and Hafdahl. *Psychological Bulletin*, 2002; 128: 371–408.
302. Spencer-Rodgers J, Peng K, Wang L, Hou Y. Dialectical self-esteem and East-West differences in psychological well-being. *Pers Soc Psychol Bull.* 2004; 30: 1416-32.
303. Fulmer CA, Gelfand MJ, Kruglanski AW, Kim-Prieto C, Diener E, Pierro A, vd. On “feeling right” in cultural contexts: How person-culture match affects self-esteem and subjective well-being. *Psychol Sci.* 2010; 21: 1563-9.
304. Yamaguchi S, Greenwald AG, Banaji MR, Murakami F, Chen D, Shiomura K, vd. Apparent universality of positive implicit self-esteem. *Psychol Sci.* 2007; 18: 498-500.
305. Twenge JM, Campbell WK. Age and birth cohort differences in self-esteem: A cross-temporal meta-analysis. *Personal Soc Psychol Rev.* 2001; 5: 321-44.
306. Tafarodi RW, Milne AB. Decomposing global self-esteem. *J Pers.* 2002; 70: 443-84.
307. Bleidorn W, Arslan RC, Denissen JJA, Rentfrow PJ, Gebauer JE, Potter J, vd. Age and gender differences in self-esteem—A cross-cultural window. *J Pers Soc Psychol.* 2016; 111: 396-410.
308. Tomás JM, Oliver A, Galiana L, Sancho P, Lila M. Explaining Method Effects Associated With Negatively Worded Items in Trait and State Global and Domain-Specific Self-Esteem Scales. *Struct Equ Model Multidiscip J.* Nisan 2013; 20: 299-313.
309. DiStefano C, Motl RW. Personality correlates of method effects due to negatively worded items on the Rosenberg Self-Esteem scale. *Personal Individ Differ.* 2009; 46: 309-13.
310. Kling KC, Hyde JS, Showers CJ, Buswell BN. Gender differences in self-esteem: a meta-analysis. *Psychol Bull.* 1999; 125: 470-500.
311. Josephs RA, Markus HR, Tafarodi RW. Gender and self-esteem. *J Pers Soc Psychol.* 1992; 63: 391-402.
312. Mendelson BK, White DR, Mendelson MJ. Self-esteem and body esteem: Effects of gender, age, and weight. *J Appl Dev Psychol.* 1996; 17: 321-46.

313. Kearney-Cooke A. Gender differences and self-esteem. *J Gend-Specif Med JGSM Off J Partnersh Womens Health Columbia*. 1999; 2: 46-52.
314. Schwalbe ML, Staples CL. Gender differences in sources of self-esteem. *Soc Psychol Q*. 1991;158-68.
315. Orth U, Robins RW, Widaman KF. Life-span development of self-esteem and its effects on important life outcomes. *J Pers Soc Psychol*. 2012; 102: 1271-88.
316. Orth U, Robins RW. The Development of Self-Esteem. *Curr Dir Psychol Sci*. Ekim 2014; 23 :381-7.
317. Hallsten L, Rudman A, Gustavsson P. Does contingent self-esteem increase during higher education? *Self Identity. Scholarship of Teaching and Learning in Psychology*, 2012; 11: 223-36.
318. Randle J. Changes in self-esteem during a 3 year pre-registration diploma in higher education (nursing) programme. *Learn Health Soc Care*. 2003; 2: 51-60.
319. Baumeister RF, Tice DM. Point-Counterpoints: Anxiety and Social Exclusion. *J Soc Clin Psychol*. 1990; 9: 165-95.
320. McClure AC, Tanski SE, Kingsbury J, Gerrard M, Sargent JD. Characteristics Associated With Low Self-Esteem Among US Adolescents. *Acad Pediatr*. 2010; 10: 238-244.
321. Bathmaker AM, Ingram N, Waller R. Higher education, social class and the mobilisation of capitals: recognising and playing the game. *Br J Sociol Educ*. 2013; 34: 723-43.
322. Jan M, Soomro SA, Ahmad N. Impact of Social Media on Self-Esteem. *Eur Sci J ESJ*. 2017; 13: 329-341.
323. Hawi NS, Samaha M. The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Soc Sci Comput Rev*. 2017; 35: 576-86.
324. Malo-Cerrato S, Viñas-Poch F. Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Comunicar*. 2018; 26: 101-9.
325. Demirli C, Aydiner S. Ortaokul Öğrencilerinin Bilgisayar Bağımlılıkları İle Benlik Saygıları Arasındaki İlişkinin Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Istanb Ticaret Üniversitesi Sos Bilim Derg*. 2017; 16: 459-492
326. Bányai F, Zsila Á, Király O, Maraz A, Elekes Z, Griffiths MD, vd. Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS One*. 2017; 12: 61-67.
327. Ma CMS. Relationships between Social Networking Sites Use and Self-Esteem: The Moderating Role of Gender. *Int J Environ Res Public Health*. 2022; 19: 1-11.

328. Sahin C, Kumcagiz H. Narsisizm Ve Benlik Saygısının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi, 2017; 8: 2136 - 2155.
329. Artan T. Benlik Saygısı, Vücut Algısı, Narsisizm Ve Sosyal Karşılaştırmanın Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017, Lefkoşa Kıbrıs. (Danışman:Yrd. Doç. Dr. Ergün D.)
330. Valkenburg PM, Peter J, Schouten AP. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. Cyberpsychol Behav. 2006; 9: 584-90.
331. Khan M, Fida M. Assessment of psychosocial impact of dental aesthetics. J Coll Physicians Surg Pak. 2008; 18 :559-64 .
332. Ansari SH, Alzahrani AAA, Abomelha AMS, Elhalwagy AEA, Alalawi TNM, Sadiq TWM. Influence of social media towards the selection of Hollywood smile among the university students in Riyadh City. J Fam Med Prim Care. 2020; 9: 30-37.
333. Khalifa N, Allen PF, Abu-bakr NH, Abdel-Rahman ME. Factors associated with tooth loss and prosthodontic status among Sudanese adults. J Oral Sci. 2012; 54: 303-12.
334. Teófilo LT, Leles CR. Patients' self-perceived impacts and prosthodontic needs at the time and after tooth loss. Braz Dent J. 2007; 18: 91-6.
335. Fiske J, Davis DM, Leung KC, McMillan AS, Scott BJ. The emotional effects of tooth loss in partially dentate people attending prosthodontic clinics in dental schools in England, Scotland and Hong Kong: a preliminary investigation. Int Dent J. 2001; 51: 457-62.
336. Ćatović A, Jerolimov V, Ćatić A. Tooth loss and the condition of the prosthodontic appliances in a group of elderly home residents. J Oral Rehabil. 2000; 27:199-204.
337. Hamurcu P, Öner C, Telatar B, Yeşildağ Ş. Obezitenin benlik saygısı ve beden algısı üzerine etkisi. Türkiye Aile Hekimliği Dergisi. 2015; 19: 122-8.
338. Okumuşoğlu S. Diyet Yapan Kadınlarda Beden Algısı, Benlik Saygısı, Yaş Ve Vücut Kitle İndeksi İlişkisinin Araştırılması. Ulakbilge Sos Bilim Derg. 2017; 5: 1171-81.
339. Aldaij M, Alshehri T, Alzeer A, Alfayez A, Aldrees F, Almuhaya S, vd. Patient Satisfaction with Dental Appearance and Treatment Desire to Improve Esthetics. J Oral Health Community Dent. 2018; 12: 90-95
340. Tole N, Lajnert V, Kovacevic Pavicic D, Spalj S. Gender, age, and psychosocial context of the perception of facial esthetics. J Esthet Restor Dent. 2014; 26: 119-30.

341. Feu D, Catharino F, Duplat CB, Capelli Junior J. Esthetic perception and economic value of orthodontic appliances by lay Brazilian adults. *Dent Press J Orthod.* 2012; 17: 102-14.
342. Torul D, Omezli MM. The influence of education and gender on the esthetic perception of facial profile. *Int J Esthet Dent.* 2022; 17: 88-99
343. Martínez-González MC, Martínez-González RA, Guerra-Tapia A. Esthetic dermatology and emotional well-being according to gender. *J Cosmet Dermatol.* 2018; 17: 410-6.
344. Zaugg FL, Molinero-Mourelle P, Abou-Ayash S, Schimmel M, Brägger U, Wittneben JG. The influence of age and gender on perception of orofacial esthetics among laypersons in Switzerland. *J Esthet Restor Dent.* 2022; 34: 959-68.
345. Sezgin D. Toplumsal cinsiyet perspektifinde sağlık ve tıbbileştirme. *Sosyol Araştırmaları Derg.* 2015; 18: 153-86.
346. Feingold A. Good-looking people are not what we think. *Psychol Bull.* 1992; 111: 304-341.
347. Greitemeyer T, Werschönist BF. wird» auch gut. *Z Sozialpsychol.* 2000; 31: 73-86.
348. Kalafat T, Kıncal RY. Üniversite öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Derg.* 2008; 23: 41-47
349. Uskun E, Şabaplı A. Lise Öğrencilerinin Beden Algıları ile Yeme Tutumları Arasındaki İlişki. *TAF Prev Med Bull.* 2013; 12: 519-528
350. Şenkal Y. Feminist kuramlar bağlamında reklamda kadın imgesine bakış. *Anadolu Bil Mesl Üksekokulu Derg.* 2016; 42: 91-114.
351. Okgün Alcan A, ÇetiN S. Sosyal Medya Kullanımının Kadınların Estetik Cerrahiye İlişkin Tutumlarına Etkisi. *Osman J Med [İnternet].* [Cited 20 jul 2023]; Available from: <https://dergipark.org.tr/tr/doi/10.20515/otd.927753>
352. Türk GD, Bayrakçı S. Sosyal medya ve toplumda değişen estetik işlem yaptırma algısı. *AJIT-E Acad J Inf Technol.* 2020; 10: 118-35.
353. Brown LF. Research in Dental Health Education and Health Promotion: A Review of the Literature. *Health Educ Q.* Nisan 1994; 21: 83-102.
354. Kay EJ, Locker D. Is dental health education effective? A systematic review of current evidence. *Community Dent Oral Epidemiol.* 1996; 24: 231-5.
355. de Couto Nascimento V, de Castro Ferreira Conti AC, de Almeida Cardoso M, Valarelli DP, de Almeida-Pedrin RR. Impact of orthodontic treatment on self-esteem and quality of life of adult patients requiring oral rehabilitation. *Angle Orthod.* 2016; 86: 839-45.

356. Varela M, García-Camba JE. Impact of orthodontics on the psychologic profile of adult patients: a prospective study. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 1995; 108: 142-8.
357. Dos Santos PR, Meneghim M de C, Ambrosano GM, Vedovello Filho M, Vedovello SA. Influence of quality of life, self-perception, and self-esteem on orthodontic treatment need. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2017; 151: 143-7.
358. Romero-Maroto M, Santos-Puerta N, González Olmo MJ, Peñacoba-Puente C. The impact of dental appearance and anxiety on self-esteem in adult orthodontic patients. *Orthod Craniofac Res.* 2015; 18: 143-55.
359. Johal A, Joury E. What factors predict the uptake of orthodontic treatment among adults? *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2015; 147: 704-10.
360. Hunt OT, Johnston CD, Hepper PG, Burden DJ. The psychosocial impact of orthognathic surgery: a systematic review. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 2001; 120: 490-6.
361. Dunn WJ, Murchison DF, Broome JC. Esthetics: patients' perceptions of dental attractiveness. *J Prosthodont.* 1996; 5: 166-71.
362. Kennedy DB, Joondeph DR, Osterberg SK, Little RM. The effect of extraction and orthodontic treatment on dentoalveolar support. *Am J Orthod.* 1983; 84: 183-90.
363. Hamdan AM. The relationship between patient, parent and clinician perceived need and normative orthodontic treatment need. *Eur J Orthod.* 2004; 26: 265-71.
364. Shulman JD, MAUPOM G, Clark DC, Levy SM. Perceptions of desirable tooth color among parents, dentists and children. *J Am Dent Assoc.* 2004; 135: 595-604.
365. Samorodnitzky-Naveh GR, Geiger SB, Levin L. Patients' satisfaction with dental esthetics. *J Am Dent Assoc.* 2007; 138 :805-8.
366. Espeland LV, Odont C, Stenvik A, Odont L. Perception of personal dental appearance in young adults: Relationship between occlusion, awareness, and satisfaction. *Am J Orthod Dentofacial Orthop.* 1991; 100: 234-41.

EKLER

Ek-1. Etik Kurul Onay Formu

ık Tarih ve Sayısı: 15.12.2022-E.301308



T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu

Sayı : E-60116787-020-301308
Konu : Başvurunuz Hk.

Sayın Doç. Dr. Nilgün AKGÜL

İlgi : 06/12/2022 tarihli dilekçeniz. 10.150.1.120
106832
15.12.2022

İlgi dilekçe ile başvurmuş olduğunuz "Estetik Diş Hekimliğinde Sosyal Medya Paylaşımlarının Dental Özgüven ve Estetik Memnuniyet ile Benlik Saygısı Üzerine Etkisinin İncelenmesi" konulu çalışmanız 13.12.2022 tarih ve 18 sayılı kurul toplantımızda görüşülmüş olup,

Yapılan görüşmelerden sonra; söz konusu çalışmanın yapılmasında **ETİK AÇIDAN SAKINCA OLMADIĞINA**, altı ayda bir çalışma hakkında Kurulumuza bilgi verilmesine oy birliği ile karar verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Belge Doğrulama Kodu :BS4A48A74R Pin Kodu :70642

Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/pau-ebys>

Adres:Tıp Fakültesi Dekanlığı Kınıklı/Denizli

Telefon:0 (025) 8 Faks:0 (258) 296 17 65

e-Posta:tibbietetik@pau.edu.tr Elektronik Ağ:http://www.pau.edu.tr

Kep Adresi: paurektorluk@hs01.kep.tr

Bilgi için: Selda ERKİŞİ
Unvanı: Bilgisayar İşletmeni



Ek-2. Anket Formu

DİŞ HEKİMLİĞİNDE SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARININ DENTAL ÖZGÜVEN VE ESTETİK MEMNUNİYET İLE BENLİK SAYGISI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Değerli katılımcı,

Bu anket Pamukkale Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Restoratif Diş Tedavisi Anabilim Dalı tarafından, yetişkinlerin sosyal medyada çeşitli dental konularla, resimlerle veya reklamlarla karşılaşmalarının sonucunda sahip oldukları diş estetiğinden memnuniyetlerini ve buna bağlı olarak benlik saygılarını ölçme amacıyla yapılmaktadır.

Araştırma bilimsel bir nitelik taşıdığından kişi ve bilgiler gizli tutulacaktır.

Soruları tam olarak okuduktan sonra size en uygun gelen şıkkı işaretleyiniz.

1) Cinsiyet

A) Kadın B) Erkek

2) Yaş

A) 19-29 B) 30-39 C) 40-49 D) 50-59

3) Eğitim durumu

A) İlköğretim B) Lise C) Üniversite D) Yüksek lisans E) Doktora

4) Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?

A)Günde 1 saatten az B) Günde 1-2 saat C) Günde 2 saatten çok

5) Estetik diş tedavisi veya ürünleri hakkında sosyal medyadan edindiğiniz bilgilere güveniyor musunuz?

A)Evet B)Hayır C)Kararsızım

6) Sosyal medyada en çok gördüğünüz estetik dental işlem hangisidir?

A) Ortodontik işlem (diş çapraşıklıklarının düzeltilmesi)

B) Protetik işlem (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin kaplanması)

C) Lamina veneer uygulaması (renk ve şekil bozukluğu olan dişlerin sadece ön yüzlerinin yaprak porselen ile kaplanması)

D) Gülerken ya da konuşurken normalden fazla görünen diş eti için botox uygulaması

E) Diş beyazlatma

7) Sosyal medyada estetik diş hekimliği ile ilgili reklam, bilgi veya resim gördüğünüz için estetik diş tedavisi yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşündünüz mü?

A)Evet B)Hayır

8) Estetik diş hekimliği ile ilgili konu, vaka ve reklamların sosyal medyada sunulmasının etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?

A) İnsanları gülümsemelerine özen göstermeye ve yaşam kalitelerini iyileştirmeye motive etmek için genel olarak olumlu bir etkisi olabilir.

B) İnsanları ideal gülümseme imajına takıntılı hale getirerek, özgüvenlerini azaltabilecek genel bir olumsuz etkiye sahip olabilir.

C) Herhangi bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.

9) Estetik diş tedavisi için diş hekimi tercihinizi en çok ne etkiler?

A) Arkadaş tavsiyesi

B) Teklif ve indirimler

C) Sosyal medyada yayınlanan gerçek vakaların öncesi ve sonrası fotoğrafları

D) Diş hekiminin uzman olup olmaması

E) Sosyal medyada ünlülerin tavsiyesi

F) Diş hekimi ya da diş kliniğinin sosyal medyadaki aktivitesi

10) Genel olarak gülüşünüzden ve dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?

A)Evet B)Kararsızım C)Hayır

11) Fotoğraflarda, videolarda ve topluluk önünde konuşurken veya diğer insanlarla yakinken konuşma ve gülme esnasında dişlerinizin görünümünden memnun musunuz?

A)Evet B)Kararsızım C)Hayır

12) Gülüşünüzün ve dişlerinizin görünümü sosyal medyada fotoğraf paylaşmanızı engeller mi?

A)Evet B)Kararsızım C)Hayır

13) Gülümseme/konuşma sırasında dişlerinizi el ile gizleme veya gülümseme görünümünden dolayı ağzı kapalı gülümseme eğilimi gösterir misiniz?

A)Evet B)Kararsızım C)Hayır

Aşağıda 6 madde yer almaktadır. Her bir maddeyi kişisel görüşünüze göre değerlendirip en uygun kutucuğu işaretleyiniz.	Çok Memnunum	Memnunum	Kararsızım	Memnun Değilim	Hiç Memnun Değilim
Dışlerin hizalanması / simetrisi/aralığı/çapraşıklığı					
Üst ve alt çenenin pozisyonu					
Dışlerin rengi / tonu					
Ön dişlerin bütünlüğü/ şekli /boyutu					
Konuşurken veya gülerken ortaya çıkan üst veya alt ön dişlerin uzunluğu					
Ön dişlerde herhangi bir kaplama veya dolgu mevcutsa kalitesi					

ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ

Aşağıda yer alan 10 maddeye ne kadar katıldığınızı, uygun kutucuğu işaretleyerek belirtiniz.	Çok Doğru	Doğru	Yanlış	Çok Yanlış
1) Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.				
2) Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.				
3) Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.				
4) Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.				
5) Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.				
6) Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.				
7) Genel olarak kendimden memnunum.				
8) Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.				
9) Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum.				
10) Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum.				

Ek-3. ÖZGEÇMİŞ

İş Deneyimi

Yabancı Dilleri	Sınav türü	Puanı
İngilizce	YDS	90

Burslar-Ödüller:

Yayınlar ve Bildiriler:

1. **Akgül N., Özpala G.** Bir Yeni Nesil Biyoaktif Materyalin Mikrosızıntı Açısından İncelenmesi IDU-DENT 2020 International Dentistry and Health Congress 28-29 Kasım 2020, İzmir (Sözlü Bildiri).
2. **Akgül N., Özpala G.** Kompozit Rezinlerde Antimikrobiyal Etkinliğin Sağlanmasına Yönelik Güncel Yaklaşımlar Cumhuriyet Üniversitesi 1. Uluslararası Diş Hekimliği Kongresi 23-25 Kasım 2021,Sivas (Sözlü Bildiri)
3. **Akgül N., Özpala G., Yazkan B., Yenidünya ÖG., Pamukkale Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Öğrencilerinin Restoratif Diş Tedavisi Lisans Eğitimi ve Uzmanlığına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi, Selcuk Dental Journal, 2023;10(3):547-53. DOI: 10.15311/selcukdentj.1262132**