

Youtube ve Astım: Astımla İlgili Popüler Videoların Bilgi İçeriğinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi

Youtube and Asthma: A Critical Review of the Content of Popular Asthma Videos

¹Fatma Esra GÜNAYDIN, ²Sedat ALTIN

¹Uludağ Üniversitesi, Göğüs Hastalıkları Ana Bilim Dalı, İmmünoloji ve Alerjik Hastalıklar Bilim Dalı, Bursa, Türkiye
²Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Yedikule Göğüs Hastalıkları ve Göğüs Cerrahisi Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Göğüs Hastalıkları, İstanbul, Türkiye

Fatma Esra Günaydın: <https://orcid.org/0000-0002-9268-1071>

Sedat Altın: <https://orcid.org/0000-0001-7521-8651>

ÖZ

Amaç: Astım dünya genelinde 300 milyondan fazla kişiyi etkilemektedir, astımlı hastalar sıklıkla interneti bir bilgi kaynağı olarak kullanırlar. Youtube ülkemizde internet kullanıcılarının %92 oranla en sık ziyaret ettiği platformların başında gelmektedir. Bu çalışmanın amacı astımla ilişkili videoların bilgi içeriklerini analiz ederek videoların eğitim kalitesi değerlendirmektir.

Materyal ve Metot: "Astım" anahtar kelimesini kullanarak Youtube araması yapıldı, en çok izlenen 100 video dahil edildi. Özellikler, kaynak ve içerik açısından analiz edildi. Video kalitesini değerlendirmek için bir puanlama sistemi oluşturuldu.

Bulgular: Yüz video analiz edildi, konu içeriği olarak en sık hasta eğitimi ile ilgili (%58), ikinci sırada alternatif tedavilerle ilgili videolar yer almaktaydı (%37). Diğer sağlık profesyonellerinin videoları en yüksek puana sahipti ve diğer kaynaklardan önemli ölçüde yüksekti. Alternatif tıp kanallarının izlenme sayısı sağlık profesyonellerinin izlenme sayısından yüksekti.

Sonuç: YouTube platformundaki en çok izlenen astım videoları değerlendirildi, içerik analizi yapıldığında sağlık profesyonellerinin videoları en yüksek kalitedeydi, ancak izlenme oranlarına göre bakıldığında en çok alternatif tıp içerikli videoların izlendiği görüldü. Astımla ilgilenen sağlık profesyonelleri tarafından üretilecek daha çok izlenecek yüksek kaliteli, eğitici materyaller üretilmesine ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif tıp, astım, internet

ABSTRACT

Objective: Asthma affects more than 300 million people worldwide, patients with asthma often use the Internet as a source of information. Youtube is the world's largest and most visited video site, with 92% of internet users in our country visiting it. The aim of this study is to evaluate the quality of education by analyzing the information content of asthma-related videos on the most commonly used platform.

Materials and Methods: YouTube search was performed using the keyword "astım", including the 100 most Turkish Asthma videos were analyzed for characteristics, source, and content. A scoring system was established to assess quality of video.

Results: One hundred videos were analyzed, subject content was most commonly related to patient education (58%), while the second included videos about alternative treatments(37%). Videos of other health professionals had the highest score. View number of alternative medicine channels was higher than health professionals.

Conclusion: The most watched asthma videos on YouTube platform were evaluated, the videos of health professionals had highest quality, but the videos with the most alternative medicine content were viewed according to their viewing rates. There is a need to produce high-quality, educational materials by asthma healthcare professionals.

Keywords: Alternative medicine, asthma, internet

Sorumlu Yazar / Corresponding Author:

Fatma Esra Günaydın
Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi, Görükle/Bursa
Tel: (0224) 295 09 55
E-mail: fatmaesragunaydin@gmail.com

Yayın Bilgisi / Article Info:

Gönderi Tarihi/ Received: 11/07/2020
Kabul Tarihi/ Accepted: 27/09/2020
Online Yayın Tarihi/ Published: 30/12/2020

GİRİŞ

Astım tüm yaş gruplarında görülebilen, dünyada 300 milyondan fazla kişiyi, ülkemizde yaklaşık 3.5 milyon kişiyi etkileyen önemli bir sağlık problemidir.¹ Ülkemizde doktor tanıli astım sıklığı erkeklerde % 2,8, kadınlarda %6,2'dir.² Astımlı hastalarda bilgi kaynağı olarak internet kullanımı %65 olarak gösterilmiştir.³ Youtube⁴ en popüler üçüncü web sitesi olup, bir milyar kullanıcıya sahip, kullanıcıların video yükleyip, paylaşabildiği, yorum yapabildiği medya paylaşım sitesidir.⁵ Daha önceki çalışmalarda gastroözefajial reflü, sistemik lupus eritematozus, benign prostat hiperplazisi, Çölyak hastalığı, Human Papilloma virüsü aşısı, eklem hastalıkları, adenotonsillektomi gibi pek çok tıbbi başlık hakkında olan videoların tıbbi bilgi içerikleri değerlendirilmiştir.⁶⁻¹² Astımla ilgili çok sayıda video olup, hastalar tarafından bilgi kaynağı olarak kullanılmaktadır ancak literatürde bu videoların içeriklerinin sağlık profesyonelleri tarafından değerlendirildiği sadece bir çalışma mevcuttur.³ Çalışmamızda ülkemizde de sıklıkla bilgi kaynağı olarak kullanılan Youtube platformunda astımla ilgili Türkçe videoların tıbbi içeriklerini analiz ederek videoların eğitim kalitesini değerlendirmek amaçlanmıştır, bu konuda ülkemizde yapılan ilk çalışma olma özelliğini taşımaktadır.

MATERYAL VE METOT

Çalışmaya 18 Temmuz-6 Ağustos 2019 tarihleri arasında YouTube da paylaşılmış ve içerisinde "astım" anahtar kelimesi geçen videolar belirlendi. Türkçe dilinde, iyi görsel kaliteye sahip (240 piksel üzeri çözünürlüğe sahip), 20 dakikadan kısa süreli videolar dahil edildi. 2000 görüntülemenin altındaki videolar değerlendirmeye alınmadı. Düşük çözünürlük kalitesine sahip videolar dışlandı. En çok izlenen 100 video çalışmaya dahil edildi. Astım videoları özellikler, kaynak ve içerik açısından analiz edildi. Video süresi, konuşmacının cinsiyeti, görüntüleme sayısı, beğenme ve beğenmeme sayısı, yorum sayısı analiz edildi. Araştırmanın verileri toplanmadan önce Sağlık Bilimleri Üniversitesi İstanbul Eğitim ve Araştırma Hastanesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulundan onay alındı (Tarih: 12/06/2020, karar no: 2414).

Video kaynakları beş gruba ayrıldı; astımla ilgili sağlık profesyonelleri (erişkin ve çocuk göğüs hastalıkları uzmanları), diğer sağlık profesyonelleri (acil tıp uzmanları, paramedikler, kurumsallaşmış hastaneler...), ilaç firmaları, alternatif tıp ile uğraşan kurum ve kişiler, televizyon medya kanalları olarak

sınıflandırıldı. Astımla ilgili YouTube videolarının kalitesini değerlendirmek için bir puanlama sistemi oluşturuldu (Tablo 1) (-3 ile +26 puan arasında). Puanlama sistemi oluşturulurken Gonzalez- Estrada ve arkadaşlarının geliştirdiği puanlama sistemi kullanıldı. Hastalar için "Astımlı hastaların %99'u alerjik bünyeye sahiptir", "Kortizon hastalığı kötüleştirir" gibi her yanlış bilgi için -1 puan verildi, toplam skor hesaplandı.

İstatiksel Analiz: Verilerin istatistiksel analizleri için IBM SPSS Statistics 23 (Chicago, Illinois, USA) paket programı kullanıldı. Tanımlayıcı istatistiksel metotların (ortalama, standart sapma) yanı sıra, ikili grupların karşılaştırmasında bağımsız t testi, verilerin karşılaştırmalarında ki-kare testi, normal dağılım göstermeyen parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Çalışmada, anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak alınmıştır.

BULGULAR

"Astım" anahtar kelimesi ilişkili 281 video saptandı, izlenme sayılarına göre sıralandığında ilk 100 video analiz edildi. Videoların genel özellikleri Tablo 1 de özetlenmiştir. Ortalama görüntüleme sayısı 48.258, ortalama video süresi 152 sn, 271 beğeni ve 21 beğenmeme mevcuttu. Video sunucusu sıklıkla erkekti (%59) (Tablo 2).

En yaygın video kaynağı astımla ilgili sağlık profesyonelleriydi (%41). İkinci sırada televizyon medya kanalları (%23), üçüncü olarak alternatif tıp ile uğraşan kurum ve kişiler (%22) gelmekteydi (Şekil 1).

Konu içeriği olarak en sık hasta eğitimi ile ilgili (%58), ikinci sırada alternatif tedavilerle ilgili videolar yer almaktaydı (%37) (Şekil 2). Alternatif tedaviler; kekik, keçi boynuzu, siyah turp, ozon yağı, eşek sütü, yeşil yulaf samanı, zencefil tüketimi egzersizler, hacamat uygulaması ile ilgiliydi.

Video içeriği analizi açısından değerlendirildiğinde; diğer sağlık profesyonelleri en yüksek puana sahipti, astımla ilgili sağlık profesyonelleri, ilaç firmaları, alternatif tıpla uğraşan kurum ve kişiler ve televizyon medya kanalları takip etti (Tablo 3). Alternatif tıp kanallarını izlenme sayısı en yüksekti (97,186), sağlık profesyonellerinin görüntüleme sayısı 23,107 idi, fark istatistiksel olarak anlamlıydı ($p < 0.05$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde internet sağlık bilgisi içeren en büyük ve güncel kaynak hâline gelmiştir. YouTube dünya genelinde en çok erişilen üçüncü internet sitesi ol-

ması nedeniyle kısa sürede çok sayıda kişiye mesaj ulaştırabilmektedir.³⁻⁵ Hastalıklarla ilgili bilgi kaynağı olarak da kullanılan videolarda iletilen mesajların içeriklerini analiz eden çalışmalar bulunmaktadır ve sayıları artmaktadır. YouTube'daki astımla ilgili videolarının içeriğini değerlendiren araştırma sayısı azdır, Türkçe dilinde rastlanmamıştır. Bu eksikliği gidermek amacıyla yaptığımız araştırma kapsamında incelenen videoların içeriği, video özellikleri, kaynakları analiz edilmiştir.

Sağlıkla ilgili bilgi kaynağı olarak sıklıkla kullanılan Youtube platformunda astımla ilgili en çok izlenen 100 video analiz edildi. Çalışmamız genel olarak astımla ilgili videoların bilgi kaynağı olarak zayıf olduğunu gösterdi. Literatürde çeşitli tıbbi konularla ilgili videoların içeriklerinin incelendiği çalışmalarda yüksek kalitede videonun az olduğu belirtilmiştir.⁵⁻¹² En sık hasta eğitimi içerikli videoların olduğu görüldü (%58). Video puanlarına bakıldığında astımla ilgili ve diğer sağlık profesyonellerinin videolarının puanlarının diğer kaynaklara göre anlamlı yüksek olduğu gösterildi. Gonzalez-Estrada ve arkadaşları İngilizce dilinde en sık izlenen 200 astımla ilgili videoyu inceledikleri çalışmalarında en sık alternatif tıpla ilgili videoların olduğunu göstermişler ve sağlık profesyonellerinin videolarının puanlarının diğer kaynaklara göre yüksek olduğunu göstermişler.³

İzlenme sayılarına göre videolar değerlendirildiğinde alternatif tıpla ilgilenen kişi ve/veya kurumların izlenme sayısının diğer kaynaklara göre yüksek olduğu dikkat çekmektedir, bu durum alternatif tıba olan ilgiyi göstermektedir. Alternatif tedaviler; kekik, keçi boynuzu, siyah turp, ozon yağı, eşek sütü, yeşil yulaf samanı, zencefil tüketimi egzersizler, hacamat uygulaması ile ilgiliydi. Astımla ilgili videoları analiz eden Gonzalez-Estrada ve arkadaşları, aşılamayla ilgili videoları inceleyen Keelan ve arkadaşları çalışmalarında alternatif tıpla ilgili videoların daha fazla izlendiğini göstermişler.^{3,13} Alternatif tıpla ilgili videoların puan ortalaması sağlık profesyonellerinin ve ilaç firmalarının astımla ilgili videolarından düşüktü. Astımla ilgilenen sağlık profesyonelleri alternatif tedavilerin farkında olmalı ve hastaları kapsamlı bir şekilde hastaları bilgilendirebilmelidir.

Çalışmamızda astımla ilgili sağlık profesyonellerinin videolarının en az izlenen video grubu olması dikkat çekicidir. Benzer olarak Desai ve arkadaşları toplumun yüksek kalitede, sağlık bakımı sağlayıcılarının videolarını az izlediklerini ifade etmişler.¹⁴ Asıl soru, bu tür videoların çekiciliğinin nasıl geliştirilece-

ğidir. Bu tür videoların çekiciliğini artırma stratejileri YouTube'da popüler olan astım videolarında sunan kişinin ünlü veya sporcu olması, video içeriğinde kısa ve eğlenceli bir bilgi içermesi olabilir.¹⁵

Çalışmamızın çeşitli kısıtlılıkları vardı, "astım" ile ilişkili 281 videodan en çok görüntüleme sayısına sahip 100 video izlendi, diğer videolar incelenemedi. Türkçe dili dışındaki videolar incelenmedi.

Sonuç olarak, astımla ilgili YouTube videoları sıklıkla görüntülenmektedir ancak kanıta dayalı bilgi açısından zayıf bir kaynaktır. Çalışmamızda astımla ilişkili en çok izlenen 100 video değerlendirildi, en çok astımla ilgilenen sağlık profesyonellerinin videoları mevcuttu ve en sık içerik hasta eğitimi ile ilgiliydi. Video bilgi içeriği olarak değerlendirme yapıldığında sağlık profesyonellerinin daha yüksek bilgiye sahip ancak daha az izlenen videoları olduğu görüldü. Bilgi içeriği yüksek sağlık profesyonelleri videolarının daha çok izlenmesinin sağlanması, diğer kaynakların bilgi içeriğinin zenginleştirilmesi hasta bilgilendirmesinde önemli rol oynayabilir, bu konuda sosyal medya çalışması yapılabilir.

Etik Komite Onayı: Çalışma için Sağlık Bilimleri Üniversitesi İstanbul Eğitim ve Araştırma Hastanesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan etik onayı alındı (Tarih: 12/06/2020, karar no: 2414).

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Yazar Katkıları: Fikir – FEG; Denetleme – SA; Veri toplanması ve işleme – FEG; Analiz ve yorum FEG, SA; Yazıyı yazan –FEG, SA

Hakem değerlendirmesi: Dış bağımsız

KAYNAKLAR

1. Türk Toraks Derneği (TTD). Astım tanı ve tedavi rehberi. 2016. Turk Thoracic J. 2016;17(1):1-108.
2. Global initiative for asthma (GINA). Global strategy for asthma management and prevention, 2020. https://ginasthma.org/wp-content/uploads/2020/06/GINA-2020-report_20_06_04-1-wms.pdf. Erişim tarihi 21 Haziran 2020.
3. Gonzalez-Estrada A, Cuervo-Pardo L, Ghosh B, ve ark. Popular on YouTube: A critical appraisal of the educational quality of information regarding asthma. Allergy Asthma Proc. 2015;36(6):121-126. doi:10.2500/aap.2015.36.3890
4. YouTube. <http://www.youtube.com>. Erişim tarihi 20-30 Haziran 2020.
5. YouTube by the numbers: stats, demographics & fun facts 2020. <https://>

www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/.

Erişim tarihi 20 Haziran 2020.

6. Aydın MF, Aydın MA. Quality and reliability of information available on YouTube and Google pertaining gastroesophageal reflux disease. *Int J Med Inform.* 2020;137:104-107. doi:10.1016/j.ijmedinf.2020.104107
7. Ng CH, Lim GRS, Fong W. Quality of English-language videos on YouTube as a source of information on systemic lupus erythematosus. *Int J Rheum Dis.* 2020;00:1-9. doi:10.1111/1756-185X.13852
8. Betschart P, Manolis Pratsinis M, Müllhaupt G, ve ark. Information on surgical treatment of benign prostatic hyperplasia on YouTube is highly biased and misleading. *BJU Int.* 2020;125(4):595-601. doi:10.1111/bju.14971
9. Basch CH, Hillyer GC, Garcia P, Basch CE. Content of widely viewed youtube videos about celiac disease. *Public Health.* 2019;167:147-151. doi:10.1016/j.puhe.2018.11.004
10. Kuru T, Erken HY. Evaluation of the quality and reliability of YouTube videos on rotator cuff tears. *Cureus.* 2020;3;12(2):6852. doi: 10.7759/cureus.6852
11. Ekram S, Debiec KE, Pumper MA, Moreno MA. Content and commentary: HPV vaccine and YouTube. *J Pediatr Adolesc Gynecol.* 2019;32(2):153-157. doi:10.1016/j.jpag.2018.11.001
12. Ward B, Bavier R, Warren C, Yan J, Paskhover B. Qualitative evaluation of paediatric surgical otolaryngology content on YouTube. *J Laryngol Otol.* 2020;13:1-3. doi:10.1017/S002221512000016X
13. Keelan J, Pavri-Garcia V, Tomlinson G, ve ark. Youtube as a source of information on immunization: A content analysis. *JAMA.* 2017;298:2482-2484. doi:10.1001/jama.298.21.2482
14. Desai T, Shariff A, Dhingra V, ve ark. Is content really king? An objective analysis of the public's response to medical videos on YouTube. *PLoS One.* 2013;8(12):82469. doi: 10.1371/journal.pone.0082469
15. Qualities than can make your video go viral. <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4915/10-Qualities-That-Can-Make-Your-Video-Go-Viral.aspx>. Erişim tarihi 22 Haziran 2020.

Tablo 1. Astımla ilgili sağlık bilgilerini değerlendirmek için puan sistemi.

Etyolojiden bahsetme (bilinmeyen, genetik)	1 puan
Patofizyolojiden bahsetme(bronşiyal astım, mukus prodüksiyonu, bronkokonstrüksiyon)	1 puan
Astımın tetikleyicilerinden bahsetme	1 puan
Allerjen tetikleyicileri (Herbiri 1 puan, maksimum 5 puan)	
Egzersiz	1 puan
ÜSYE	1 puan
Reflü	1 puan
İritan hava kirlilięi, sigara	1 puan
Soęuk hava	1 puan
Stres	1 puan
Semptomlar (Her biri 1 puan, maksimum 5 puan)	
Göğüste sıkışma	1 puan
Vizing	1 puan
Nefes daralması	1 puan
Öksürük	1 puan
Gece semptomu	1 puan
Tanı yöntemi (Her biri 1 puan, maksimum 3 puan)	
Öykü	1 puan
SFT	1 puan
İlaça yanıt	1 puan
Astımın sınıflaması	1 puan
Kaçınma	1 puan
Doęru teknikle ilaç kullanımı	1 puan
İmmünoterapi	1 puan
PEF kullanımı	1 puan
Kontrol edici tedavi edici ilaçları tartışma	1 puan
İlaçlardan bahsetme	1 puan
İlaç yan etkileri hakkında bilgi	1 puan
Yanlış bilgi (her biri için)	-1 puan

Tablo 2. Videoların genel özellikleri.

Değişkenler	n
Erkek sunucu	59
Ortalama görüntüleme sayısı	48.258
Ortalama beğeni sayısı	271
Ortalama beğenmeme sayısı	21
Ortalama süre, sn	152

Sn: saniye

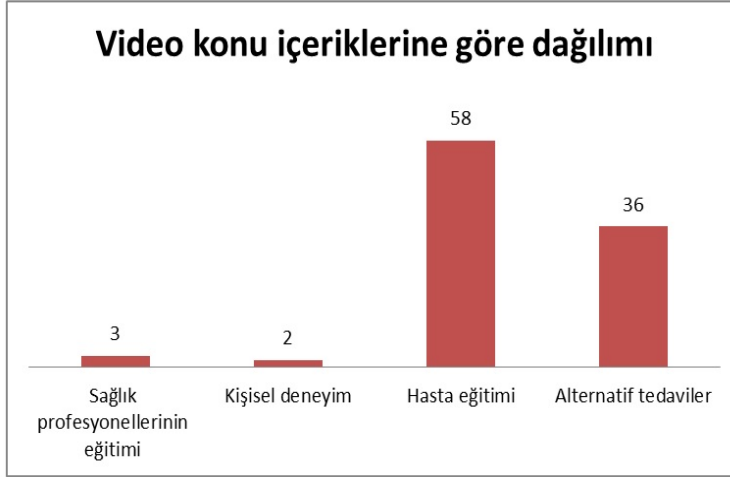
Tablo 3. Video kaynaklarının ortalama puanları.

Video kaynağı	Ortalama puan
Astımla ilgili sağlık profesyonelleri	4
Diğer sağlık profesyonelleri*	7
İlaç firmaları	6
Alternatif tıpla uğraşan kurum ve kişiler	1,5
Televizyon medya kanalları	0,9

* Acil tıp uzmanları, paramedikler, kurumsallaşmış hastaneler



Şekil 1. Video kaynaklarının dağılımı.



Şekil 2. Video konu içeriklerine göre dağılımı.