

# Bu Sayıda

## Değerli Okurlar,

İnanılmaz bir hızla ulaşan teknolojinin bir sonucu olarak gelişen ve hayatımızın ayrılması zor parçaları haline gelen internet, sosyal ağlar, akıllı telefonlar, tablet bilgisayarlar tüm gündelik yaşamımızı etkilediği gibi tıp dünyasını da etkiliyor. İKU dergisinin bu sayısında konusunun uzmanı kişilerin düşünce ve öngörülerini derleyerek bu yeni dünyaya ışık tutmayı amaçladık. Tıp alanındaki bilgilerin katlanarak arttığı, yeni hastalıkların tanımlandığı, var olan hastalıklara inovatif tedavi çözümlerinin geliştirildiği bir ortamda internetin ve sosyal ağların bilgi paylaşımı konusundaki fırsatlarından faydalanmamak elbette olanaksız. Yayınlanan bir makaleyi bulmak için saatlerce kütüphanede araştırma yaptığımız günlerden, Twitter yoluyla yayınlandığı anda cep telefonumuza mesaj yoluyla ulaşan bilgiye geçiş yapmak hem sağlık çalışanları hem de ilaç sektörü için çok da kolay olmuyor. Bilgi kirliliği olmayan bir ortamda, doğru kişinin doğru bilgiye ulaşması, bu bilgilerin tedavi kararları alınırken ve reçete yazılma aşamasında “akılcı ilaç kullanımı” pratiğiyle

örtüşmesi hayati önem taşımakta. Sağlık çalışanı olmayan birinin internet yoluyla alacağı hastalık bilgisi ve ilaç önerilerinin yarar yerine zarar getirebileceği, bu tehlikeli ortamda sınırların doğru çizilmesi ve uluslararası kabul görmüş etik kurallar ışığında tanım ve yönergelerin ortaya konması kaçınılmaz.

Bu sayıda, yasal bağlayıcılığı çok belirsiz ve sağlık otoriteleri tarafından konmuş kuralları olmayan “sosyal tıp” alanında Türkiye ve dünyadan örnekleri inceleyecek, klinik araştırmaların ve ilaç tanıtımının bu pratiğin içinde kendine nasıl bir yol bulacağını tartışacak ve ilaç sektörü, doktorlar, yaratıcı ajanslar ve sektörel dernekler ekseninde konunun farklı yönlerini değerlendireceğiz.

Faydalı olması ve bu “sınırları olmayan” konuya biraz olsun ışık tutması dileğiyle.

**Dr. Burkay Adalığ**  
Bausch+Lomb Medikal Md.  
Türkiye ve Ortadoğu

#### Adres

İKU dergisi  
Güniz Sok. 32/12 Kavaklıdere 06700 Ankara  
Tel: 312-4680421  
Faks: 312-4277456  
E-posta: email@omega-cro.com.tr  
İnternet: www.omega-cro.com.tr

#### Sahibi

OMEGA Araş. Org. Eğt. Dan. Ltd. Şti.  
(Omega CRO) adına  
Murat Hayran

#### Yazı İşleri Müdürü

Berk Özdemir, Omega CRO

#### Editör

Hamdi Akan, Ankara Üniversitesi  
Tıp Fakültesi Hematoloji Bilim Dalı

#### Sayı Editörü

Burkay Adalığ, Bausch+Lomb

#### İdari Editör

Ayşe Ayaz, Omega CRO

#### Tasarım

Zeki Özben, ART Ofset

#### Grafik Ajansı

Dreamstime.com

#### Baskı

ART Ofset Matbaacılık Yay. Org. San ve Tic. Ltd. Şti.  
Barış Manço Cad. 1392. Sokak No: 8/11  
06520 Balgat/Ankara  
E-posta: artofset@ttmail.com  
Tel: 312-284 41 25

#### Reklam ve Abone İlişkileri

Yeliz Hatunoğlu, Omega CRO

İKU Dergisi, amacına uygun olarak yalnız davetli yazılar yayımlanmaktadır. Dergide yayımlanmasının uygun olacağını düşündüğünüz yazılar için lütfen İdari Editör'e başvurunuz.

İKU Dergisi'nin amacı, klinik araştırmalar başta olmak üzere medikal araştırmalar alanında konusunun uzmanı kişiler tarafından yazılan derleme yazıları sunarak bilgi alışverişinin sağlanması, farklı görüşlerin tartışılması ve yeni görüşlerin ortaya çıkmasına katkıda bulunulması, dünyada ve Türkiye'de sektör haberlerinin duyurulmasıdır.

Dört ayda bir olmak üzere yılda 3 sayı olarak yayımlanmaktadır.

#### Haklar ve Sorumluluklar

Yayımlanan yazıların içeriği ve biçimi editörler tarafından özenle gözden geçirilmekle birlikte yazılarda belirtilen görüşler yazarlara aittir. Baskıda meydana gelebilecek dizgi ve baskı hatalarından kaynaklanacak hiçbir sonuç editörler ve yayıncının sorumluluğunda değildir.

Bu derginin tüm içeriğinin telif hakkı yayıncıya aittir. Dergi içeriğinin tamamen ya da kısmen elektronik, mekanik, fotokopi ya da başka biçimde çoğaltılması yayıncının iznine tabidir.

#### Reklamlar

Dergide ilgili sektörlerdeki kuruluşlara ait, firma tanıtımı amaçlı reklamlar yayımlanır. Yayımlanması istenen reklamların basılı bir örneğinin en geç, yayın tarihinden 3 ay önce Reklam ve Abone Servisi'ne gönderilmesi gereklidir. İçerik ya da biçimi editörler tarafından uygun görülmemeyen reklamlarla ilgili, gerekçeli red nedeni ya da revizyon isteği bildirilir. Makale tıpkıbasımı, sayı sponsorluğu ve reklamlarla ilgili olarak, Reklam ve Abone İlişkileri'ne başvurunuz.