

## ARTED

### Araştırmacı Tıp Teknolojileri Üreticileri Derneđi

#### SAĞLIK MESLEK MENSUPLARI İLE İLETİŞİM İLKELERİ, ETİK KURALLAR VE İŐ UYGULAMALARI KODU

#### DİJİTAL ORTAM VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI KILAVUZU

### I. ÜYELERİN UYMASI GEREKEN GENEL KURALLAR

#### 1 Giriş

ARTED tüm olanaklarını, tıp biliminin ilerlemesine, hastalara yönelik hizmetlerin iyileştirilmesine ve bu amaçlara ulaşma doğrultusunda kaliteli, yenilikçi medikal teknolojinin gelişimine katkı sağlamaya adanmıştır. ARTED'in bu hedefi, en güncel iletişim olanaklarını kullanarak sağlık meslek mensupları, sağlık kurum ve kuruluşların bünyesindeki teknik elemanlar ile sağlık sektöründe faaliyet gösteren diğer tüm çalışanlar da dâhil olmak üzere üçüncü kişiler ile iletişim halinde olmasını gerektirmektedir.

**İnternet site ve sayfaları, sosyal ağ platformları, bloglar, forumlar ve kullanıcıların içeriğine müdahalede bulunabildiği siteler, bilgisayar ve sanal ağ tabanlı ortamlar ve mobil uygulamalar dâhil olmak üzere her türlü dijital ortam ise ARTED üye firmalarının iletişim ve bilgi paylaşımı süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır.**

ARTED üyesi tıbbi cihaz firmaları, medikal teknolojinin geliştirilmesi ve iyileştirilmesine ilişkin sorumluluklarını yerine getirebilmek için yürürlükteki mevzuata uygun olarak ve ARTED Sağlık Meslek Mensupları ile İletişim İlkeleri, Etik Kurallar ve İş Uygulamaları Kodu ("Etik Kod") ile iç kurallarına bağlı kalarak dijital iletişim olanaklarını kullanmaktadırlar.

Bu Dijital Ortam ve Sosyal Medya Kullanımı Kılavuzu ("Kılavuz"), Etik Kod'un "Dijital Ortam ve Sosyal Medya Kullanımı" başlıklı 5.10 maddesinin uygulamasına yönelik olarak hazırlanmıştır ve yürürlükteki mevzuat ile uyumludur.

**Yürürlükteki mevzuat uyarınca, münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazlar dışında kalan cihazların reklamı yapılabileceğinden, bu hüküm ile çeliően Kılavuz maddeleri bu ürünler açısından uygulanmayacaktır.** Kılavuz düzenlemelerinin yasa ve yönetmelikler ile çeliőir hale gelmesi halinde, ilgili yasa ve yönetmelikler uygulanacaktır.

#### 2 Genel İlkeler

2.1. Üyeler yürürlükteki mevzuata uygun olarak ve Etik Kod'a bağlı kalarak iletişimde bulunabileceği üçüncü kişiler ile her türlü dijital mecra üzerinden iletişime geçebilir; bu kapsamda internet ağ (web) siteleri ve sosyal medya hesapları oluşturabilir, bunları yönetebilir veya bunlara sponsor olabilirler. Üyeler kendi kurmuş oldukları, kendileri yönettikleri veya kendi talepleri doğrultusunda adlarına hazırlanan ve/veya yönetilen internet sitelerinden ve sosyal medya hesaplarından sorumludurlar.

- 2.2. Üyelerin bilgi aktarımı ve paylaşımında bulunduğu tüm dijital ortam ve platformlarda saygılı, dürüst ve şeffaf iletişim esastır.
- 2.3. Üyelerin her türlü dijital mecra üzerinden yapacakları paylaşımlar, yürürlükteki mevzuata, Etik Kod'da benimsenen etik kurallar ve iş uygulamalarına uygun olmalıdır.
- 2.4. Üyeler tarafından dijital ortam ve platformlarda sunulan içerik tıbbi ve bilimsel açıdan doğru, güncel, dengeli, güvenilir, adil ve nesnel, açık ve kolay anlaşılabilir olmalıdır. İddia içeren bilgilerin bilimsel referanslarının da yer alması gerekmektedir.
- 2.5. Bu Kılavuz dâhilinde teşvik edilen etik davranış kural ve uygulamaları, uygulama alanı bulduğu ölçüde, üye firmaların tüm çalışanları için de geçerlidir.

### **3 Üyelerin Kurduğu veya Kendi Talepleri Doğrultusunda Adlarına Kurulan İnternet Siteleri**

- 3.1. Üyeler, yürürlükteki mevzuata ve Etik Kod'da benimsenen ilkelere uygun olarak Sağlık Meslek Mensuplarına ("SMM") yönelik veya topluma yönelik bilgi aktarımında bulunmak üzere internet sitesi kurabilir, kendi talepleri doğrultusunda adlarına internet sitesi kurdurabilir veya bu internet sitelerini destekleyebilirler<sup>1</sup>.
- 3.2. Hazırlanan her internet sitesinin bir ana sayfası olmalı; internet sitesi aşağıdaki bilgilere açıkça yer vermelidir:
  - o İnternet sitesi sahibi üye firmanın adı; site ile ilgili iletişim için posta/e-posta adresleri, telefon numaraları;
  - o İnternet sitesini destekleyen (sponsor) üye firmanın adı; site ile ilgili iletişim için posta/e-posta adresleri, telefon numaraları;
  - o İnternet sitesindeki bilgilerin kaynakları, kaynakların yayın/basım tarihleri ve gerektiği durumlarda İnternet sitesinde yer alan bilgilerin alındığı (bu bilgileri gönderen) kişi ve kurumların tanımları;
  - o İnternet sayfasının amaçları ve hedef kitleleri/kitleleri (örneğin, hekimler, eczacılar, hastalar, hasta yakınları veya halk).
- 3.3. İnternet sitesinin isminde ve ana sayfasında ürün tanıtımı olarak yorumlanabilecek bir ifade bulunmamalıdır.
- 3.4. Reklamı yapılması yasak olan ürünlerin adını taşıyan internet siteleri ARTED tarafından yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'a uygun olarak değerlendirilmemektedir.
- 3.5. İnternet sitesindeki bilgiler düzenli olarak güncellenmelidir. Eğer gerekiyorsa, her bir bölüm, sayfa ve/veya madde için en son güncellenme tarihi görünür şekilde belirtilmelidir.

---

<sup>1</sup> SMM'lere yönelik hazırlanan internet sitelerinde dikkat edilmesi gereken kurallar, Kılavuz II. kısım altında (1) numaralı alt başlıkta; topluma yönelik internet sitelerinde dikkat edilmesi gereken kurallar ise III. Kısım altında (3) numaralı alt başlıkta sayılmıştır.

- 3.6. Her üye, kendisi tarafından destekleniyor gibi algılanabilecek ve yürürlükteki mevzuata uygun olarak yönetilmeyen bir internet sitesinin varlığından haberdar olduğunda, böyle bir internet sitesinin etkinliğini durdurmak için vakit geçirmeden yasal yollara başvurması tavsiye edilir.
- 3.7. Üyelerce veya onların adına oluşturulmuş internet sitelerinde ziyaretçilerden toplanan kişisel veriler gizli tutulmalıdır. İnternet sitesi kişisel verilerin gizliliği, güvenliği ve mahremiyetin korunması konularındaki ulusal yasa ve mevzuata ve uluslararası kurallara uygun düzenlenmeli ve yönetilmelidir. İnternet sitesinde gizlilik politikası, kullanım koşulları, bilgilerin yönetimi açıkça belirtilmelidir.

#### **4 Sosyal Medya Kullanımı**

- 4.1. Üyeler, yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'a uygun olacak şekilde, Facebook, Twitter, Linked-in, YouTube, Instagram, Flickr, Pinterest bloglar ve benzeri gibi içeriğini kullanıcının yarattığı sosyal medya platformlarında SMM'lere veya topluma yönelik uygulamalar geliştirebilir, bilgi paylaşımında bulunabilirler.
- 4.2. Üyelerin sosyal medya platformlarında yalnızca üyeler tarafından yetkilendirilmiş kişiler bilgi paylaşımında bulunmalıdır. Yetki verilmemiş kişilerin kendilerini firmalarının resmi sözcüsü olarak tanıtmamaları gerekir. Bu kişilerin ilgili sayfalara resim, fotoğraf, slayt gösterisi, video veya link eklemeleri veya herhangi bir şekilde sayfanın içeriğine müdahalede bulunmamaları gerekir.
- 4.3. Paylaşılacak her türlü bilginin yürürlükteki mevzuata ve Etik Kod'a uygunluğundan emin olunmalıdır.
- 4.4. Sosyal medya platformları üzerinden yapılan tartışmaların özelleşmesine ve kişiselleşmesine yol açacak davranışlardan kaçınılmalıdır. Üyeler, kişileri duygusal yönden rahatsız edebilecek iletilerin oluşmasına veya yayılmasına olanak verilmemesi ve kişilerin istekleri dışında iletiler olarak rahatsız edilmemeleri için gerekli her türlü engelleyici mekanizmaların kullanıldığından emin olmalıdır.
- 4.5. Sosyal medya iletişimlerinde olabildiğince şeffaf olmaya özen gösterilmeli, geçerli bir gerekçe olmadıkça yazan kişi her iletide açık kimliğini ve hangi üye firma için çalıştığını açıkça belirtmelidir. Üye firma adına paylaşımında bulunan kişi, takma ad kullanılsa bile, talep halinde ilgili kişi gerçek kimliğini açıklamalıdır. Zor bir durumda, firma uyum yetkilisi durumdan haberdar edilmelidir.
- 4.6. Üye firma çalışanı, firmanın cihazları ile ilgili advers olaya dair bir yorum gördüğünde konuyla ilgili olarak kişisel bir yorum yapmadan üye firmada bu alanda görevli kişileri (sosyal medya sorumlusu, kurumsal iletişim, uyum sorumlusu, vb.) derhal bilgilendirmelidir.
- 4.7. Sosyal medya üzerindeki sorumluluğun sağlanabilmesi için, üye firma içerisinde iletişim politikaları konusunda yetkili kişilerin bilgisi dışında Twitter ve Facebook ve benzeri sosyal platformlarda içinde firma veya ürün adı geçen bir grup oluşturulmamalı ve hesap açılmamalıdır.

4.8. Firma çalışanları şahsi sosyal medyadaki hesaplarında cihaz tanıtımı olarak algılanabilecek bilgiler paylaşmamalıdır.

## **5 Diğer İnternet Site ve Sayfalarına Yapılan Göndermeler (Link Vermek)**

5.1. Üyelerin kurduğu veya desteklediği bir internet sitesinden veya sosyal medya hesaplarından, üye firmanın desteklediği diğer internet sitelerine, başka internet sitelerine veya başka sosyal medya hesaplarına gönderme yapılabilir (link verilebilir). Aynı şekilde, başkalarının internet sitesinden üyelerin internet siteleri ve sosyal medya hesaplarına bağlantı yapılabilir.

5.2. Bir kullanıcı, üye firmanın herhangi bir internet sitesinden veya üye firma tarafından desteklenen bir internet sitesinden üye firmaya ait olmayan bir siteye yönlendirildiğinde bunun kullanıcıya açık bir şekilde belirtilmesi gerekir.

5.3. Blog, Forum veya Facebook benzeri sosyal medya hesaplarında oluşturulan halka açık sayfalar veya gruplar gibi içeriği sürekli değişebilen, içeriğinin yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'a uygunluğun kontrol edilmesi zor dinamik internet sitelere link verilmemesi, böyle internet sitelerinin üyelerce desteklenmemesi önerilmektedir.

5.4. Başka internet sitelerine link verilirken, link verilen internet sitelerinde yer alan bilgilerin, üye firmanın kontrolü altında olmadığı, içeriklerinin Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanan metinlerden farklı olabilecekleri ve bu sitelerin Türkiye Cumhuriyeti yasa ve yönetmeliklerine uymayabileceğine dair bir uyarıya yer verilmelidir.

## **II. DİJİTAL ORTAM VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN SMM İLE KURULACAK İLETİŞİMİN ESASLARI**

Yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'a uygun olarak tıbbi cihaz tanıtımı, yalnızca SMM ve sağlık kurum ve kuruluşlarının bünyesinde tıbbi cihaz alanında çalışan teknik elemanların erişebileceği dijital mecralarda yapılabilir. Bu şekilde dijital ortamlarda tanıtım yapılabilmesi için dijital ortam ve sosyal medyada SMM'lere yönelik bilgiler ile halka yönelik bilgiler iki ayrı bölüm halinde birbirinden ayrılmalıdır.

Dijital ortam ve sosyal medyada üyelerin tanıtım içerikli internet sitelerine veya bölümlere SMM olmayanların erişimini engellemek üzere her üyenin etkin önlemler alması beklenmektedir.

Üye firmaların yürürlükteki mevzuata uygun olarak tanıtım yapmakla yetkilendirdiği ürün tanıtım temsilcileri yüz yüze ziyaret yerine SMM'ler ile randevulu olarak internet üzerinden ürün tanıtımı (uzaktan tanıtım) yapabilir. Bu takdirde yüz yüze tanıtımda uyulması gereken tüm koşul ve kurallara uygun davranılmalıdır.

SMM'lere internet ortamında veya dijital ortam kullanılarak yapılacak her türlü ürün tanıtım yürürlükteki mevzuata ve Etik Kod'a uygun olmalıdır.

### **1 SMM'lerin Tanıtım İçerikli İnternet Sitelerine, Sosyal Medya Hesaplarına ve Diğer Tüm Dijital Mecralara Erişimi**

- 1.1. Yürürlükteki mevzuata uygun olarak cihazlara ilişkin tanıtım yapmak üzere, dijital mecraların SMM'ler için hazırlanan bölümün baş tarafında ilgili bölümün SMM'lere yönelik olduğuna ilişkin açık bir ibare yer almalıdır.
- 1.2. Sadece *"Sağlık meslek mensuplarına yöneliktir."* şeklinde bir ibare kullanılması yerine, *"Sağlık meslek mensubu musunuz?"* veya *"Sağlık meslek mensubu olduğunuzu beyan ediniz."* gibi uyarılar soruları kullanılarak etkin önlem alınmalıdır.
- 1.3. SMM'lere özel hazırlanacak uygulamalara giriş, kullanıcı adı ve şifre ile olmalı ve kayıt işlemi, validasyon ve veri yönetimi bu Kılavuz'da belirtilen kurallar ile uyumlu olmalıdır.
- 1.4. İnternet sitesine ilk kez kayıt olurken veya dijital mecra veya sosyal medyada oluşturulan sayfa ve gruplara ilk kez giriş yapılmadan önce, isim, soy isim, kurum adı gibi bilgilerin dışında SMM'nin uzmanlığı ve/veya diploma numarası ve/veya mezun olduğu okul gibi bilgileri sormak, sadece SMM veya teknik eleman seçenekleri oluşturmak gibi zorlaştırılmış beyan yöntemleri kullanılması önerilmektedir. Üyelerin çalışanlarının kendi firma sitelerine girmelerine izin verilmesinde sakınca yoktur.
- 1.5. Dijital mecra ve sosyal medya ortamlarına ilk giriş sırasında SMM'lerden talep edilen bilgiler, yürürlükteki tüm mevzuata ve bu Kılavuz dâhilinde benimsenen kurallara uygun şekil ve formatta toplanmalıdır. Toplanan bilgilerin gizliliğine saygı gösterilmelidir.
- 1.6. Toplanan iletişim bilgilerinin (e-posta, veya SMS vb.) kullanılarak SMM'ye daha sonra tanıtım faaliyeti gerçekleştirmek amaçlı erişilebilmesi için kendisinden yürürlükteki mevzuata uygun - ıslak imzalı yazılı veya dijital onaylı- izin alınmış olması gereklidir.

## **2 SMM'lere Yönelik Hazırlanan ve Ürün Tanıtımı da İçeren İnternet Sayfaları**

- 2.1. Üyelerin kendi oluşturduğu veya desteklediği, SMM'lere yönelik internet site ve sayfalarında cihazlarla ilgili bilgi verilmesi ve cihazların tanıtımının yapılması durumunda, yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'da yer alan tanıtım ilkeleri ile bu Kılavuz kapsamında getirilen genel kurallara uygun davranılmalıdır.
- 2.2. Ürün tanıtımına yönelik internet site ve sayfalarında yalnızca yürürlükteki mevzuat uyarınca tıbbi cihaz tanıtımı sırasında kullanılmasına izin verilen bilgilere yer verilebilir.
- 2.3. Üyelerin oluşturdukları internet site ve sayfaları içerisinde SMM'lerin yorumlarını içeren bir bölüm var ise, burada uygulanacak yayın ve paylaşım kuralları sitenin kullanım şartları bölümünde açıkça belirtilmelidir. *(Yorumların Yönetmelik ve ARTED Etik Kod'una uygun olduğunun takip edileceği vb.)*

## **3 Sosyal Medya Kullanım Uygulamaları**

- 3.1. Üyeler, yürürlükteki mevzuata uygun olarak Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları üzerinden hesap açabilir, sayfalar oluşturabilir ve açık veya kapalı gruplar oluşturabilirler.
- 3.2. Üyeler, Facebook, Twitter gibi sosyal medya üzerinden açtıkları hesaplarından kurumsal tanıtım yapabilirler.

- 3.3. İlgili paylaşımın, sayfanın, grubun veya hesabın takipçilerinin hepsinin SMM olmayacağı durumda veya paylaşımın çoğaltılarak SMM dışındaki kişilere de ulaşma potansiyeli olduğunda, halka açık sosyal medya hesapları, sayfalar, gruplar ve bu türden ortamlar, mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihaz tanıtımına uygun değildir.
- 3.4. Facebook veya benzeri bir sosyal medyada bir sayfa açılarak veya kapalı bir grup kurularak hedef kitleyi oluşturan SMM'ler bu sayfalara davet edilebilir ve belli bir konu hakkında, düşüncelerin paylaşıldığı ve tartışıldığı bir platform yaratılabilir. Bu platform sadece SMM'lere açık olduğu sürece, mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihazların tanıtımını içeren sunumlara veya tartışmalara yer verilebilir.
- 3.5. Yürürlükteki mevzuat uyarınca mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihazlar hakkında tanıtım yapılması mümkün olan kişiler haricindeki kişilerin sayfaya erişimi engellenmelidir. Üye firmalar, sadece davet edilen kişilerin gruba dâhil olması, grup ve sayfaya üye kişilerin başka bir üye davet edememesi, ana sayfalarında bu grup ile ilgili yazışmaların yer almaması ve kendi ağlarından kimsenin bu kapalı gruba yaptığı serbest yorumlarını görememesi gibi bilginin korunması ve paylaşılmasına ilişkin gerekli önlemleri almalıdır.
- 3.6. Kapalı grup ve sayfalar içinde yapılan yorumların tanıtım ilkeleri ve yürürlükteki mevzuatın sınırları içinde yürütülmesinden sponsor firma sorumlu olacaktır. Facebook gibi başkalarının yazdığı mesaj ve iletileri silmenin olanağının bulunmadığı ortamlarda, bunun sonuçlarından siteyi açan veya destekleyen üye sorumlu olacaktır.
- 3.7. Sadece SMM'lerin üye olabileceği bir sosyal medya sayfası açılması ve bu sayfada ilgili cihazlara ilişkin bilgilerin yer aldığı bağlantıların paylaşılması, yönlendirilen sayfaların içeriğinin yürürlükteki mevzuata, tanıtım ilkelerine, Etik Kod'a ve bu Kılavuz kapsamında bağlantı (link) verme kurallarına uygun olduğu sürece mümkündür.
- 3.8. Üyeler, mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihazlar ile ilgili tanıtım içerikli mesajlarının sosyal ortamlarda yanlışlıkla SMM'ler tarafından "Beğen" ya da "Paylaş" gibi butonlarla paylaşılmasına yol açacak şekilde paylaşımlar yapmaktan kaçınmalıdır. Üyeler tarafından sağlanacak elektronik dergi ve benzeri içeriklerin sosyal medyada ya da diğer metotlarla paylaşılması durumunda, bu metinlerin halka açık alanlarda görülebileceği düşünülerek ürün tanıtımı ya ürün adı geçmemelidir. SMM'ler için hazırlanmış ve ürün tanıtımı amaçlı içeriklerin sosyal medyada paylaşılması, ancak genel kurallara uygun olarak kullanıcı adı ve şifreli girişlerle mümkün olmalıdır.
- 3.9. Cihaz tanıtımı veya böyle algılanabilecek içeriğe sahip olmayan, üye firmalar veya onların desteğiyle yayınlanan e-dergilerde "Paylaş" veya "Beğen" ("Like") gibi linkler yer alabilir.
- 3.10. SMM'lere yüz yüze görüşmede söylenmemesi gereken söz ve ifade, sosyal medyada da yer almamalıdır.

#### **4 SMM'lerin Soru ve Taleplerinin Karşlanması**

- 4.1. SMM'lerin literatür ve mesleki bilgi istekleri üyeler tarafından kayıt altına alınarak, yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod uyarınca kabul edilen tanıtım ilkelerine uygun şekilde yanıtlanabilir.
- 4.2. Üyeler SMM'lerin internet siteleri hakkındaki veya cihazları hakkındaki görüşlerini öğrenmek için elektronik posta sisteminden veya sosyal medyadan yararlanabilir. Bu şekilde bilgi alınması durumunda, bu iletişim sürecinde telefon, e-posta ve diğer iletişim mecraları yolu ile gelen soru ve isteklere uygulanan aynı kurallar uygulanmalıdır.
- 4.3. SMM'lerin üyelere video, sunum, vb. dokümanları ileterek bunların üyelerin internet site veya sayfalarında yayınlanmasını talep etmeleri halinde, üyeler bu mesaj ve paylaşımların yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'a uygunluğundan sorumlu olacaktır.

## **5 Dijital Tabanlı Tanıtım Yöntemleri**

- 5.1. Dijital teknoloji kullanılarak yapılan tanıtım faaliyetleri, yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod doğrultusunda, basılı materyallerde geçerli olan kurallar çerçevesinde gerçekleştirilir.
- 5.2. Tanıtım faaliyetinde kullanılan kaynaklar (makale, poster vb.) ve cihazla ilgili bilgiler tanıtımın yapıldığı dijital ortamda bulunabilir. Talep edilmesi durumunda ilgili referans, varsa telif haklarının ihlal edilmediğine dikkat edilerek, SMM ile paylaşılabilir.

## **6 Dijital İletişim Araçlarıyla Bilgi Paylaşımı**

- 6.1. Elektronik iletişim yöntemleri (e-Bülten, e-Dergi, sanal kongre, vb.) üyeler tarafından dikkat ve özenle kullanılmalıdır.
- 6.2. Yürürlükteki mevzuat uyarınca tanıtım yapılması uygun olan SMM'ler ve tıbbi cihaz alanında çalışan teknik elemanlara yönelik hazırlanan e-bülten, e-dergi gibi yayınlarda yer alan bilgilerin sadece bu kişiler ile paylaşıldığından emin olunmalıdır. Bu bilgilerin ve yayınların Facebook, YouTube, Twitter veya benzeri halka açık sosyal medya ortamlarında paylaşılması gerekmektedir.
- 6.3. Yayınların içeriği veya Etik Kod ile uyum konusunda içeriğe bir itiraz gelmesi durumunda, yayınlar sonradan erişilebilecek ve incelenip değerlendirilecek bir biçimde arşivlenmelidir. Uyum ile ilgili bir itiraz gelmesi durumunda içeriğin ilgili durumu üye tarafından paylaşılabilir.
- 6.4. Bir konuşmacı SMM'nin sunumu canlı olarak sesi, görüntüsü ve sunum içeriği ile birlikte internet aracılığı ile aynı ortamda olmayan uzak klinik ve şehirlerdeki meslektaşları ile aynı anda veya daha sonra izlenmek üzere kayıt edilerek (*Webinar, Live Broadcasting, webcasting*) SMM'ler ile paylaşılabilir ve üyeler bu faaliyete yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'da yer alan ilkelere uygun olarak sponsor olabilir.
- 6.5. İçeriğin paylaşılmasından önce, içeriğin yollanacağı kişilerden ya da gruplardan gönderim onayının alınmış olması gerekmektedir.
- 6.6. Gönderilen dijital içeriklerin altında "*Üyelikten Ayrıl*" ve/veya "*İzinsiz Gönderim Bildir*" gibi uyarıların bulunması gereklidir.

## **7 Mobil Aplikasyonlar (Uygulama) Aracılığı ile Tanıtım ve Bilgi Paylaşımı**

- 7.1. Mobil mecranın, kullanıcılar tarafından serbestçe aranabilmesi, listelenebilmesi ve örnek ekranlarının herhangi bir kısıtlama olmaksızın görüntülenebilmesi sebebiyle, geliştirilmiş uygulamaların isminde, giriş sayfasında, sınırlandırılmış kullanıcı girişi yapılmıyor ise tüm içeriğinde ve kullanılacak örnek sayfalarda mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihaz tanıtımı kapsamına girecek hiçbir bilgi kullanılamaz.
- 7.2. Uygulamaların geliştiricisi ve sahibi net bir şekilde uygulama tanıtım sayfasında belirtilmelidir.
- 7.3. Üyeler, kongreler için geliştirilmiş mobil aplikasyonlara sponsor olabilir, ancak sponsorluğu kapsamında reklamı yapılması mümkün olmayan cihaz ismi ve cihaz tanıtımı içeren bilgileri halka açık alanlarda paylaşamaz.

## **III. DİJİTAL ORTAM VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN TOPLUM İLE KURULACAK İLETİŞİMİN ESASLARI**

### **1 Kurumsal İnternet Sayfaları**

- 1.1. Üyelerin internet sitesinde yatırımcıları ilgilendirecek mali bilgiler, İnsan Kaynakları iş olanakları ve başvuru bölümleri, firmanın basın bültenleri ve halka yönelik ürün tanıtımı içermeyen açıklamaları, ürün listeleri ve fiyatları, uzmanlık alanları ile ilgili sağlık sorunları konulu bilgiler, tıp alanındaki gelişmeler, iletişim bilgileri ve benzerleri yer alabilir.
- 1.2. Mevzuata uygun olma koşulu ile üyeler resmi internet sitelerinde topluma yönelik olarak cihazları ile bilgilendirme yapabilirler.

### **2 Kurumsal Reklam ve Cihazların Reklamının Yapılması**

- 2.1. Üyeler dijital ortam ve sosyal medya üzerinden yalnızca yürürlükteki mevzuat uyarınca izin verilmiş cihazlar için reklam verebilir. Bu reklamların içeriği yürürlükteki mevzuatta belirlenen ilkeler ile uyumlu olmalıdır.
- 2.2. Üyeler sosyal medya üzerinden kurumsal reklam yapabilirler.
- 2.3. Üyeler, sosyal medyada hastalık hakkında bilinçlendirme amaçlı bilgilendirme platformları açabilir ve bu platformların reklamını yapabilirler. Bu platformlarda cihaz tanıtımı yapılmamalıdır.
- 2.4. Halka açık sayfalarda cihazların ticari markaları tanıtım amaçlı algılanacak şekilde kullanılmamalıdır.
- 2.5. Üyelerin cihazlarına ilişkin ticari markaları altında internet siteleri açmaları önerilmemektedir. Ancak, üçüncü kişilerin bu internet sitelerinin haklarını almamaları için marka sahipleri söz konusu internet sayfalarına ilişkin hakları alabilirler.

### **3 Hastalara ve Topluma Yönelik Hazırlanan, Ürün Tanıtımı İçermeyen, Sağlık Konusunda Bilgilendirme Amaçlı İnternet Siteleri**



- 3.1. Üyeler tarafından veya onların adına hastalıklar hakkında bilgiler, hastalıklardan korunma, tarama ve tedavi metotları, güncel tıp uygulamaları ve halk sağlığını korumaya yönelik diğer bilgiler içeren internet siteleri düzenlenebilir veya üyeler bu internet sitelerine sponsor olabilirler. Üyeler bu internet sitelerine sponsor olduklarını açıkça belirtmelidir.
- 3.2. Üyeler, üçüncü kişilerce hazırlanmış internet sitelerine sponsor olurken bu kişilerle yazılı bir sözleşme yapmalı ve bu sözleşmede sponsor firmanın desteğinin ve sorumluluklarının kapsamı açıkça belirtilmelidir. Bu internet sitelerinde bir cihazın ticari rekabet anlamında kullanıldığı fark edildiğinde, site sorumlusu/sahibi uyarılmalıdır.
- 3.3. Hasta grupları veya SMM'ler tarafından kurulan bir paylaşım sitesine üyeler karşılıksız destek vermek isterse ve forum/site içeriği tamamen hasta/SMM grubu tarafından belirlenecek ise, öncelikle bu tür internet sitelerini kuracak dernek veya gruplarla, yazılı, detayları içeren bir sözleşme yapılması önerilmektedir.
- 3.4. İnternet sitesinin kullanım şartlarında da, destekleyicinin katkısı ve sorumluluklarının açıkça belirtilmesi önerilmektedir.
- 3.5. Üyeler, halka ve hastalara yönelik oluşturdukları veya destekledikleri internet sitelerinde sayfaların amacının net bir şekilde belirtildiğinden ve reklamı yapılması mümkün olmayan cihaz isimlerinin yer almadığından emin olmalıdır.
- 3.6. Toplum tarafından genel erişimi olan sayfaların hiçbir bölümünde mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihaz tanıtımı yapılmamalı; cihaz tanıtımı ile ilişkilendirilebilecek bir mesaj, haber ve görüntü yer almamalı veya hastalık bilgileri ile firma cihazları arasında doğrudan ya da dolaylı bağlantı kurulmamalıdır.
- 3.7. Üyelerin kurumsal sayfaları dışındaki halka açık, sağlık bilgisi içeren her sayfada *"Bu sitedeki bilgiler, bir hekim veya eczacıya danışmanın yerine geçemez". "Daha fazla bilgi için bir hekime ve/veya bir eczacıya başvurunuz."* önerisi yer alabilir.
- 3.8. İlgili internet sayfaları ve platformlar cihaz ile tedavi dışındaki diğer tedavi metotları, bu arada diyet, davranış değişikliği tedavileri ve benzeri tedavi yöntemlerine yer verebilir. Ancak, bu internet siteleri ve platformlar hastaları bir tedaviye yöneltmemeli, hastanın veya hasta yakınının semptomlar hakkında bilgi sahibi olmasını amaçlamalıdır.
- 3.9. Gereksiz umut yaratan, hekim görüşü alınmadan bir tedavi yöntemi öneren internet siteleri etik prensiplere aykırıdır.
- 3.10. Üyeler kendisinin açtığı veya desteklediği bir hastalık bilinçlendirme platformunun tanıtımını veya tıklayan sayının arttırılmasına yönelik olarak viral pazarlama unsurlarını kullanarak cihaz tanıtımı yapmayan bir video hazırlayabilir ve yayabilir. Bu durumda, hazırlanan videonun hastalık hakkında endişe, korku yaratmaması veya bir tedaviye yöneltten yapıda olmaması ve yürürlükteki mevzuat ve Etik Kodu'na uyumlu olması gerekmektedir.

3.11. Hastalara yönelik hazırlanan internet sitelerinde ve platformlarda yalnızca yürürlükteki mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilen cihazların markaları belirtilebilir. Bunlar haricindeki cihazların markaları halka yönelik internet sitelerinde yer alamayacağı gibi ürünle ilişkilendirilebilecek herhangi bir renk, logo veya resmin de kullanılması uygun değildir.

#### **4 Sosyal Medya Kullanımı**

4.1. Üyeler, sosyal medyada hastalık hakkında bilinçlendirme amaçlı bilgi platformları açabilir ve bu platformların reklamını yapabilir. Bu platformlarda mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihazların tanıtımı yapılmamalıdır.

4.2. Üyeler hasta ve hasta yakınları ile doğrudan veya dolaylı kişisel bilgilerine ulaşarak iletişime geçmemelidir. Fakat üyeler, sosyal medyada (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Google+ vb.) hasta ve hasta yakınlarına yönelik olarak hastalık hakkında bilinçlendirme amaçlı bilgi platformları açabilir ve bu platformların tanıtımını yapabilirler.

4.3. Bu platformlarda da, mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihaz tanıtımı yapılamaz.

4.4. YouTube gibi halka açık sosyal medya platformunda, yürürlükteki mevzuat uyarınca reklamına izin verilmeyen cihazlar için reklam olarak algılanacak bir video veya sunumun, gerek üye gerekse üye firma çalışanı tarafından paylaşılması yürürlükteki mevzuat ve Etik Kod'a aykırı olacaktır. Üye firma çalışanın kendi firması ile ilgili yapacağı yorum cihaz tanıtımı olarak yorumlanacak ifadeler içermemelidir.

4.5. Facebook gibi sosyal medya ağlarının halka açık sayfalarında, yürürlükteki mevzuat uyarınca reklamı yapılamayan cihazların tartışılmaması gerekir. Aksi halde, bu davranış ilgili mevzuat uyarınca reklam olarak değerlendirilebilecektir.

4.6. Üyeler halka açık sosyal medya hesaplarında sosyal sorumluluk projelerinden, personel politikasından söz edebilir. Bu konularda üyelerin kendi iç kurallarını göz önünde bulundurması gerekmektedir.

4.7. Üyeler, veri kaynağı da eklemeleri koşuluyla, Wikipedia, Ekşisözlük gibi siteler ve Facebook duvarları gibi içeriği kullanıcılar tarafından serbestçe oluşturulan benzeri paylaşım yerlerinde yer alan verilerdeki hataları düzelterek katkıda bulunabilir. Ancak her koşulda bu fiillerinin mevzuat uyarınca reklamı yapılmasına izin verilmeyen cihazların tanıtım faaliyeti niteliğinde olmaması veya tanıtım amaçlı olarak yorumlanmaması gerekmektedir. Örneğin, cihazlara ilişkin halka açık bilgilerin paylaşılması ve eklenmesi kabul edilebilir bir katkı olacaktır.

#### **5 Dijital İletişim Araçlarıyla Bilgi Paylaşımı**

5.1. Dijital iletişim araçları ile içerik paylaşımının paydaşın sınıflandırıldığı gruba uygun yapılması esastır. Hastalar ve hasta yakınlarına, SMM'ler için hazırlanmış ürün tanıtımı içeren bir e-bülten gönderilmemelidir.