

İnternet ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık

Dr. Kuvılcım Kayabalı
Pharma Tailor Made Services

Abstract

The 21st century, often dubbed as the age of information and communication, is largely shaped by the internet. Web 2.0 technologies, social networks and the internet also offers possibilities for development and great innovations in medicine.

The Web 2.0 concept encompasses second generation internet-based services such as blogs, microblogs, video sharing sites such as Youtube, photograph sharing sites, social networks and forums such as Facebook, Twitter, and Myspace.

A more interactive internet is foreseen in the near future - not only among sites and peers, but among all appliances, people, sectors and services connected to the internet. The facilitation, spread and depreciation of internet access will lead to more individuals gaining access to medical information and healthcare services available via the internet.

New technologies and the social media are creating a fundamental change in the interaction between patients and physicians. The internet is open to further developments - for patients, healthcare professionals, hospitals and pharmaceutical firms. Health-related decisions and physician, hospital, and treatment preferences are largely influenced by the internet, rapidly becoming the reference of choice, even on the sensitive issue of personal health.

Social media has a large impact on the interaction between patients and the healthcare sector. Universities, hospitals and individual doctors are increasingly accessible via this medium. Persons with the same condition are forming patient groups to meet on the internet. Health portals are gaining importance in accessing disease-related information. Physicians and institutions are approaching patients via Facebook and Twitter. Blogs are increasingly utilized by the healthcare sector and mainly by deans of medicine, medical experts and hospitals. Hospitals employ this medium as an open platform where patients are invited to exchange views.

The pharmaceutical sector also makes use of the social media, primarily with research and development, investments, and activities concerning patients. The clicking rates of health- and treatment-related sites are a clear indication of the need for internet-based health information and sharing.

In the future, our biggest challenge will be how prepared we are for these developments, both technologically and in terms of regulatory guidelines, and how we can ensure accuracy of information.

90'lı yılların başında web ilk olarak yaşantımıza girdiğinde önce etkin ve kolay haberleşmeyi amaçlayan akademik çevreler, daha sonra yayım kuruluşları, ardından şirketler ve teknoloji kuruluşları bu alanda yer aldı. Özellikle 1993 yılı, aynı yıl içerisinde var olan çok az miktardaki site sayısının on kattan fazla artmasına neden olacak gelişmelere sahne oldu ve kritik bir yıl olarak web tarihine geçti. Bir sonraki yılı ise web tarayıcılarının (*web browser*) art arda çıktığı ve standartların yerleşmeye başladığı dönem olarak anımsayacağız.

Başlarda edilgen bir yapı olan internet teknolojisi, yayılıma paralel olarak büyüyen ticari amaçlı kullanımın da dev itici gücüyle ve etkileşim ihtiyacının giderek belirginleşmesiyle hızla gelişti ve bilgiyi tüketen kullanıcı, bilgiyi oluşturan bir topluluğa dönüştü. Siteler, içerikleri sadece site sahipleri tarafından belirlenen yapılar olmaktan çıkmaya başladı ve herkesin katılımına izin veren kolektif web siteleri ortaya çıktı. 2004 yılında ikin-

ci nesil internet hizmetlerini, toplumsal iletişim sitelerini, wikileri, iletişim araçlarını, internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi O'Reilly Media'nın Web 2.0 olarak tanımlamasıyla yeni bir kavram yaşantımıza girdi. Web 2.0'da bilgi kavramı yeniden şekillenmiş, ve artık bilgiye istenildiği zaman, istenildiği ortamdan, istenildiği şekilde erişilebilir hale gelmiştir.

Web 2.0; kullanıcı ve web sitesi arasında etkileşim sağlarken, sosyal medya kişilerin çevrimiçi (*online*) mecrayı kullanarak konuştukları, ortak ilgileri olan kişilerin bir araya gelerek düşüncelerini, yorumlarını ve görüşlerini paylaştıkları bir alandır. Web 2.0 kavramı altında tanımlanan ikinci nesil internet hizmetlerini ise bloglar, mikrobloglar, Youtube gibi video paylaşım siteleri, fotoğraf paylaşım siteleri, Facebook, Twitter, Myspace gibi sosyal ağlar oluşturmaktadır.

YAHOO! HEALTH

HOME HEALTH TOPICS A-Z HEALTHY LIVING CHECK YOUR SYMPTOMS DRUGS & TREATMENTS

Featured on Yahoo! Health: Menopause and Overactive Bladder • Power Up Your Immunity • Best Snacks for Your Mood • Ast

Health Search

7 Myths About Spring Allergies
Separate fact from fiction with this myth-busting guide.
More>>

Most Common Topics

- Acne
- Allergies
- Anxiety
- Arthritis
- Asthma
- ADHD
- Bipolar Disorder
- Breast Cancer
- Depression
- Diabetes
- GERD
- High Blood Pressure
- Menopause
- Migraine
- Multiple Myeloma
- Osteoarthritis
- Pregnancy
- Prostate Cancer

Health Experts

DAY IN HEALTH
Lisa Collier Cool
Facebook Depression: Are Your Kids at Risk?

BREAST CANCER CHRONICLES
Lille Shockney, R.N., M.A.S.
More Experienced Radiologists Have Fewer False Positives

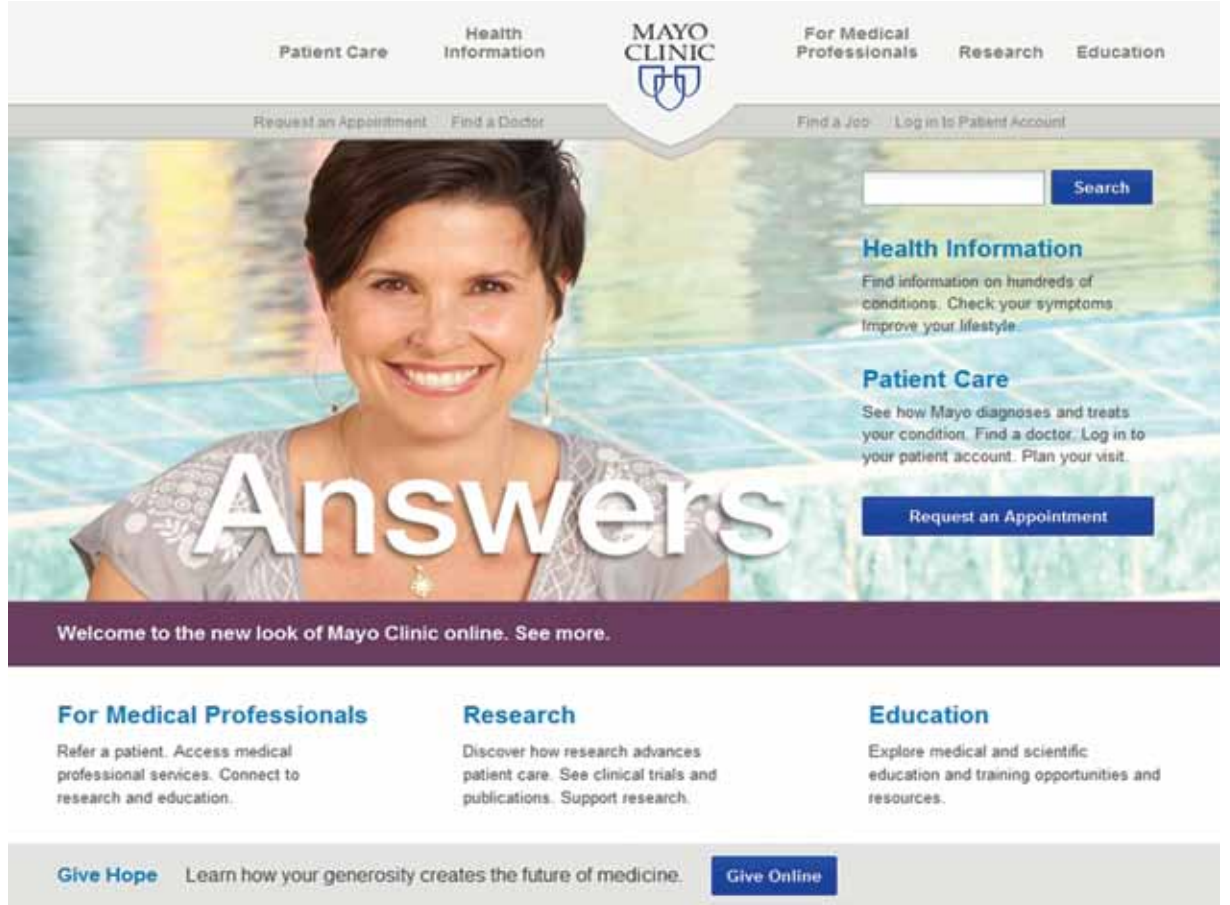
FAMILY MEDICINE
Dr. Nancy Codori, M.D., M.P.H.
Allergy Sufferers: Top 5 Health Tips for Spring

Top News Stories
New guidelines define pre-Alzheimer's disease
AP, Sal Nia 19, 2011

Günümüzde sosyal ağlar kitlesel iletişimin mükemmel araçları haline dönüşmüşlerdir. Sadece Facebook'taki bir kişisel sayfayı güncellemek veya bir "tweet" göndermek yoluyla kullanıcılar kendi arkadaş ağlarının ve bazen de dünyanın hayatlarında neler olduğunu bilmesine izin veriyorlar.

Sosyal medya her alandan kişi ve kurumları birer birer bünyesine katıyor. Bu arada hızla ge-

lişen ve kapsamını günden güne kartopu etkisiyle büyüten sosyal medyada bazı sektörler açısından dönüşüm sancıları yaşanıyor; bunların başında da sağlık sektörü yer alıyor. Sağlık sektörü kendi içerisinde birçok kısıtlayıcı koşullara sahiptir ve sektörün gerek içerik gerekse sosyal medya üzerinden yapacağı pazarlama aktivitelerinde çok sayıda konuya dikkat etmesi gerekiyor.



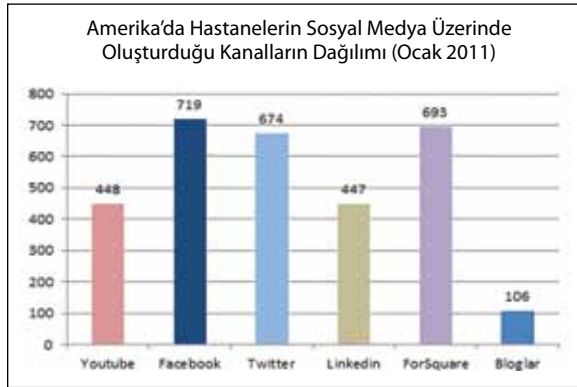
Yaşlanan Nüfus ve İnternet Üzerinden Sağlık Bilgisine Erişim

Günümüzde sağlık alanındaki önemli gelişmelerle insanların yaşam süresi uzuyor. Yayımlanan son Birleşmiş Milletler Raporu'na göre dünya nüfusu 2050'ye kadar 2,6 milyar artarak 9,1 milyara ulaşacak. Dünyada bugün 65 yıl olan ortalama yaşam süresi 2050 yılında 75 yıla kadar çıkmış olacak (bu oranın daha da yükselmemesinin nedeni, halen AIDS nedeniyle 45 yıla kadar gerileyen Afrika'daki ortalama yaşam süresidir). Gelişmiş ülkelerde

2050'de ortalama yaşam süresinin 82 yıl olacağı ve dünya üzerinde yaşayan her 5 kişiden birinin 60'ını aşmış olacağı tahmin ediliyor. Bugün 672 milyon olan 60 yaş üzeri nüfus, 2050'de 1,9 milyara çıkacak. Bu kişilerin yüzde 80'inin gelişmiş ülkelerde yaşıyor olacağını da söyleyebiliriz. Bu yaş grubundaki insanların hastalıklarla ilgili içerikler yaratması, izlemesi, önermesinin genç kitleye göre daha fazla olacağı öngörülmektedir. İlginç bir şekilde Facebook'ta en hızlı artış gösteren yaş grubu 35 yaş üstü olarak saptanıyor. Facebook'a katılma hızı 55 yaş üzerindeki kişilerde %194'lük bir artış gösteriyor.

Sağlıkta Sosyal Medya, İnternet Uygulamaları

Sağlıkla ilgili konularda tavsiye, oyunun rengini değiştiriyor ve kullanıcılar tarafından eklenen içerikler (*user generated content*) tedavi kararlarını etkiliyor. Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) internet kullanıcılarının %61'i sağlıkla ilgili bilgileri internetten araştırıyor. Manhattan Araştırma Merkezi verilerine göre ABD'de doktorların %39'u hastalarıyla yüz yüze ve muayene gerektirmeyen konularda iletişimi internet üzerinden yürütüyorlar. ABD'de PEW İnternet ve American Life projesinin verilerine göre kullanıcıların %80'i sağlık sorunları için interneti kullanıyor. Facebook'ta kronik hastalıklarla ilgili, hasta topluluklarının oluşturduğu 1.200 sayfa var. Kronik rahatsızlığı olan hastaların %75'i internetten buldukları tedavileri uyguluyor. İspanya Miguel Hernandez Üniversitesi'nin yaptığı araştırmada hastaların %90'ının doktora gitmeden önce gideceği doktorla ilgili bilgileri internette aradığı sonucu ortaya çıkıyor. İnternet, sağlık gibi kişilerin çok hassas oldukları bir noktada bile öncelikli başvuru kaynağı olma yolunda ilerliyor. İlerleyen günlerde mobil çözümler ve entegrasyonlarla hastaneye gitmemiz için nedenler gittikçe azalmaya başlayacakmış gibi görünüyor.

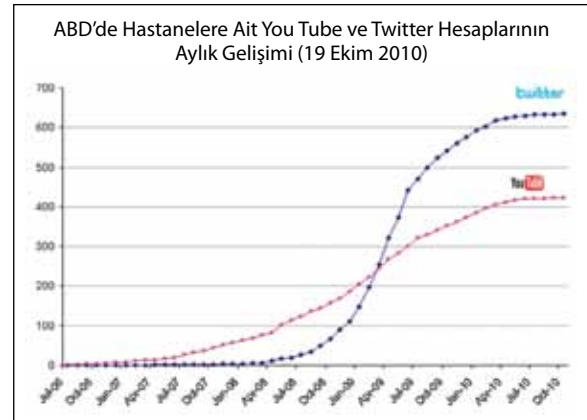


Kaynak: Bennet, Ed. Found in Cache Blog <http://ebennett.org/hsn/>

Dünyada yeni teknolojiler ve sosyal medya hastaların doktorlarıyla kurdukları iletişimi kökten değiştiriyor. Hastalar cep telefonları ya da internet aracılığıyla doktor randevularını ayarlıyor, reçeteli ilaçları için sipariş verebiliyor, tıbbi kayıtlarına erişiyor ya da doktorlarına soru soruyor. Acil yardımda çalışan doktorlar hasta kayıtlarına anında ulaşabiliyor. Yine bu ağlar aracılığıyla kanser,

multiple skleroz veya diyabet gibi belirli hastalıkları olan kişiler hastalık deneyimlerini ve tedavi seçeneklerini paylaşabiliyorlar. Patients Likeme, CaringBridge.org., Diabetesmine.com, ACOR.org gibi hasta topluluklarına ait çok sayıda site, sosyal medyada hastalara iletişim ve hastalıkları ile ilgili detaylı bilgi edinme imkanı sunuyor.

Bloglar ise sağlık alanında hastane başhekimleri, uzman doktorlar ve hastaneler tarafından kullanılıyor. Hastaneler bu mecraayı hastaların görüşlerini belirtebildikleri bir açık platform olarak kullanıyor. İnternet içeriğinin artması ve doktorların internete entegre olmasıyla hastane markalarından doktor markalarına bir geçiş söz konusu hale geldi. Jama'da yayınlanan araştırma sonuçlarına göre Twitter'daki hekimlerin %48'i bloglarına link veriyor. Twitter sosyal medyanın sağlık açısından en etkili araçlarından biri olarak kabul ediliyor. Hekimler birçok medikal bilgiyi ve sağlıklı yaşam önerilerini bu kanaldan iletiyorlar. Ocak 2011'deki verilere göre, 906 hastane 3.087 sosyal medya kanalı oluşturmuş durumda. Amerika'da 126 hastanenin Youtube kanalı mevcut. Gelişmiş ülkelerde bu konudaki trendlere baktığımızda üniversiteler ve hastanelerin sosyal medya kullanımında oldukça cesaretli olduğunu görüyoruz. Sürekli kontrol ve etkili yanıtlama yöntemleri ile soruları cevaplandırmaya çalışıyor ve günlük bilgilendirmeler yapıyorlar.



Kaynak: Bennet, Ed. <http://ebennett.org>

Amerika'da hastaneler için en başarılı sayılabilecek örnek, MayoClinic. Hastane başhekiminin blogu, hastaların MayoClinic ile ilgili görüşlerini ve tedavi süreçlerinde neler yaşadıklarını anlatabilmelerini sağlayan bir platform şeklinde planlanmış. Hastane, ayrıca Twitter ve Facebook sayfalarıyla da erişim kanalları oluşturmuş durumda. Bu kanallar

hastalar için kontrollü bir bilgi edinme/paylaşma alanı yaratmanın yanı sıra kurumun imajına da ciddi katkıda bulunuyor.

Ayrıca bazı doktorlar kendi tanıtım ve iletişim stratejileri doğrultusunda kapsamlı sağlık “wiki” sayfalarını oluşturmuş durumdadır. Medpedia.com, AskDrWiki.com gibi bazı wiki sayfaları üniversiteler tarafından destekleniyor. Hastalar bu sayfalarda birçok hastalık ile ilgili bilgi alabildikleri gibi, bilgiye uzmanına sorma şeklinde de ulaşabiliyorlar.

Dünyadaki en geniş kapsamlı ve sağlık alanında en çok kullanılan web sitelerinden biri olan WebMD, hastalıklar ile ilgili bilgilendirme bölümleri içeriyor ve bu bölümler içerisinde hastalığın semptomları, uygulanan testler, tedavi süreçleri ile ilgili geniş bilgi aktarıyor, kronik hastalıklar ile ilgili yaşam önerileri sunuyor. WebMD portalı içeriğinde sadece hastalıklar değil, sağlıklı yaşam önerilerinin bulunduğu geniş bölümler de mevcut. Site üzerinden hasta kendisine en yakın doktoru bulabilmenin yanı sıra, “Symptom checker” adlı uygulama ile de ağrısını ya da yaşamakta olduğu rahatsızlıkları sanal bir vücut üzerinde işaretleyerek ne gibi bir hastalığı olabileceğini öğrenebiliyor ve nasıl bir yol izlemesi gerektiği önerisini alabili-

yor. Site üzerinde geniş bir hayvan sağlığı bölümü de bulunuyor.

Dünyada sağlıklı yaşam önerileri sunan siteler arasında en fazla hit alan ve izlenen sitelerin başında Dr. Mercola geliyor. Doktor, www.mercola.com adresli sitesinde tüm hastalıklarla ilgili birçok makale yayınlıyor ve kendisinin ve hastaların bu makaleler hakkındaki yorumları sitede yer alıyor. Dr.Mercola'nın facebook sayfasında ise 157.500 takipçisi var.

Kuzey Kaliforniya’da aktif olan Sutter Health gibi kar amacı gütmeyen organizasyonlara ait ağlar internet üzerinde hastalar, doktorlar, klinikler, hastaneler ve sağlık hizmeti sağlayan birçok kurumu buluşturuyor.

Sağlık 2.0

Sosyal medyanın, sağlık hizmetleri ve hastaların bilgiye ulaşımında devrim gerçekleştirdiği artık hepimiz tarafından kabul edilen bir gerçek. Uzmanlar sosyal medya yazılımlarının bir başka yararının da doktor-hasta ilişkilerini iyileştirmek olduğunu belirtiyor. Böylece hastaların tıbbi bilgilere erişmek için sadece internetle kısıtlanmadıklarını ve aradık-

Home & News Health A-Z Drugs & Supplements Healthy Living Eating & Diet Parenting & Pregnancy Teen Health Pet Health

WebMD Better information. Better health.

April 19, 2011

Search

WebMD Community Experts and Others Like You

Find us on: f t

Log in | Register

Other search tools: Symptoms Doctors

Health Conditions & Communities

- ADHD
- Allergies
- Anxiety Disorders
- Arthritis
- Asthma
- Back Pain
- Bipolar Disorder
- Cancer
- Cholesterol
- Cold & Flu
- COPD
- Depression
- Diabetes
- Eye Health
- Fibromyalgia
- Heart Disease
- Heartburn/GERD
- Hypertension
- Incontinence/OAB
- Migraines
- Osteoporosis

Stressed-Out Mouth!

Could too much stress be causing your canker sores? Yes! Here are 4 things stress may be doing to your mouth.

Learn More

Contagious Which diseases are? Which aren't?

For Your Joints Low-impact exercises for people with RA

Stressed Mouth 4 things stress may be doing to your mouth.

It's Fun to Be fit! Play for points and get your FIT on our new site for kids. It's full of things to do.

Teeth Tips 7 ways to protect your child's teeth.

ADHD Check Learn better ways to manage ADHD.

Healthy Skin Vitamins 7 Antioxidants You Need for Healthy Skin. Defend Your Skin! Free Report www.MyPureRadiance.com

Keys to Livestock Mastery The next steps in meat/milk quality How to grow healthy beef www.sasardivestock.com

The Sloane Court Clinic Psychological treatments including CBT for anxiety stress & depression

Today's Health News & Features RSS Feed | Help

ları yanıtları güvendikleri doktorlardan doğrudan alabildiklerini belirtiyorlar. Bazı hekimler sosyal medya ve şifre korumalı yazılımlarla tıbbi bilgileri hastalarıyla paylaşıyor ve böylece hastaların tedavi ve sağlık bilgilerine erişimini sağlayabiliyorlar. Hekimin gördüğü tüm bilgileri hasta da görebiliyor. Alınan tüm notlara, muayene bilgilerine, laboratuvar sonuçlarına internetten ulaşılabilir; hastalar, muayenelerinin internet sitesi aracılığıyla güvenli bir portaldan doktorlarıyla özel olarak görüşebiliyor. Hastalar açısından internetteki portalına bağlanıp test sonuçlarını görmek oldukça rahatlatıcı oluyor. Hastalar muayenelerinin sosyal medya sitelerinde forumlara katılabiliyorlar. Muayeneleri için Facebook ve MySpace'te sayfa açan hekimler var, hekimler Twitter'da çok çeşitli bilgileri paylaşıyorlar. Doktorlar bu kanallar için "Binlerce kişi bizi bu sayfalardan izliyor ve bu paylaşımı çok seviyor" yorumunu yapıyor.

Büyük arama motorları ise (Google, Yahoo, Bing vb.) hastalar için bilgilendirme siteleri ve hastaların sağlık kayıtları için servisler vermektedir. Yahoo, hazırladığı sağlık portalı (<http://health.yahoo.net/>) üzerinde hastalıklara ait bilgi ve uzmanlara sorun köşeleri sunuyor. Yahoo bu portal ile ABD'de aylık en fazla ziyaret edilen sağlık sitesi unvanını elinde bulunduruyor. Google ve Microsoft ise hastaların sağlık kayıtlarını izleyebileceği bir platform sağlamaktalar.

Hastalar bu platformlar aracılığıyla kişisel laboratuvar sonuçlarından, boy/kilo büyüme endekslerine kadar birçok bilgiyi tutabiliyor.

Tablo 1.
Nisan 2011 Alexa en çok trafik alma verilerine göre Amerika Birleşik Devletleri'nde sağlık alanında ilk 8 site

Site Adı	Adres	Aylık Ziyaret
Yahoo Health	http://health.yahoo.net/	21.500.000
National Institutes for Health	www.nih.gov	20.000.000
WebMD	www.webmd.com	19.500.000
MedicineNet	www.medicinenet.com	10.500.000
MayoClinic	www.mayoclinic.com	7.000.000
Drugs.com	www.drugs.com	6.000.000
Everydayhealth	www.everydayHealth.com	5.700.000
Wrong Diagnosis	www.wrongdiagnosis.com	4.700.000

Bu sitelerin içeriklerini incelediğimizde tümünün hastalıklar ve tedavileri konusunda bilgi sunmak ve paylaşmak teması ile çalıştığını görüyoruz. Ziyaret rakamları, internet üzerinde sağlığa duyulan bilgi alma ve paylaşma ihtiyacını açıkça gözler önüne seriyor.

İlaç firmaları açısından da sosyal medya, bloglar, portallar ve forumlar ilgi çekici mecralar arasında boy gösteriyor. İlaç firmaları iletişim ve pazarlama alanında sosyal medyanın sunduğu fırsatları değerlendirmek üzere regülasyonların izin verdiği ölçüde bu yeni mecraları kullanmaya başladı. Sosyal medyada ilaç firmaları tarafından yayımlanan içeriklerin dağılımı incelendiğinde, çoğunlukla Ar-Ge konusunu ve hem hekimlerin hem de hastaların gözünde itibar yükseltecek yatırımların ve aktivitelerin haberlerini görüyoruz. Bu içerikleri hastalıklar ve tedavileri hakkında genel bilgilendirme yazıları takip ediyor.

İlaç Sektörü Sosyal Medya'da

Etik kurallar ve yönetmelikler, haklı olarak, ilaç firmalarının ürünün halka tanıtımını yapmasını engelliyor (ABD dışındaki ülkelerde). Yeni nesil mecralarda ise bir ilaç ürününün adını geçirmek sadece ilaç firmalarına yasak, halka değil. Arama motorlarında ilaç adı veya etken madde aratıldığında karşımıza çıkan sonuçların ilk sıralarını sosyal paylaşım siteleri ve hasta forumları oluşturuyor. Bu durum, bu yeni mecraların ve araçların hekim ve hasta eğilimlerini, beğenilerini ve isteklerini belirlemek için paha biçilmez bir kaynak olduğunu doğruluyor. Durum böyle olunca ilaç firmaları için sosyal medya takibi (*monitoring*) olmazsa olmaz bir aktivite haline geliyor. İlaç firmaları tarafından sosyal medyada gerçekleştirilen projelerin büyük çoğunluğu hekimleri ve/veya hastaları bir araya getiren ortamlardan oluşuyor. Belirli bir hastalık ile ilgili bir ilaç firması tarafından veya sponsorluğunda hayata geçirilen iletişim platformları, hekim, hasta ve firmadan oluşan üç ana paydaşı birbirine hiç olmadığı kadar yakınlaştırıyor. Reçetesiz satılan ilaç cephesi (*over the counter-OTC*) ise firmalar için büyük fırsatlarla dolu. Herhangi başka bir reklam mecrasından çok daha doğru demografik hedefleme yapılabilen dijital mecralarda yer alan reklamlar inanılmaz derecede hızla ve düşük

maliyetle gerçekleştiriliyor ve kısa zamanda sonuç alınabiliyor. Mikro-siteler, facebook uygulamaları, twitter hesapları en çok kullanılan reklam araçları sıralamasında başı çekiyor. Hekimlerin blog mantığını keşfetmesinin ardından çok geçmeden hastalar da sağlık ile ilgili bloglara büyük ilgi göstermeye başladı. Halkın, bir ilaç firması tarafından yazılan bir blogdan çok hekimler tarafından desteklenen bloglara daha fazla güveniyor olması, ilaç firmalarını hekim veya değil, sağlık blogu yazarlarıyla iyi ilişkiler kurmaya yöneltti ve bu hamle, facebook, twitter ve friendfeed gibi sosyal paylaşım mecralarının yanına blogların da güçlü bir araç olarak eklenmesini sağladı.

Sosyal medya ve internet aracılığı ile ulaşılan içeriğin getirdiği tabii ki olumsuz etkiler de var. Kişiler bir kısmı yanlış olabilen ve onları farklı linklere yönlendirebilecek büyük bir bilgi kirliliğine maruz kalabiliyor ve henüz etkinliği kanıtlanmamış tedavi yöntemleriyle karşılaşabiliyor. Bazı durumlarda duygu durumlarını olumsuz etkileyebilecek vakalar, yanlış örnekler karşılına çıkabiliyor. Tüm bu olumsuzluklardan en az etkilenmek için hastalara ve medikal bilgi almak isteyen kişilere akademik siteler ve ticari amaç gütmeyen organizasyonlara ait sayfaları ziyaret etmeleri öneriliyor.

Sonuç

Bilgi ve iletişim çağı olan 21. yüzyıl, internet tarafından önemli ölçüde şekillendiriliyor.

Yakın bir gelecekte yeni kuşak internet sitelerinde daha çok akıl göreceğiz. Web 3.0 ve web 4.0 kısa bir süre sonra yaşantımıza girecek ve sağlık alanında devrim yaratan gelişmelerle karşılaşacağız. İnternet gelecekte daha da etkileşimli olacak. Çünkü sadece siteler ve kişiler arası değil, internete bağlı olan ve bağlanacak tüm cihazlar, insanlar, sektörler, servisler arasında etkileşim sağlanacak. Böylece ortaya çıkan çok daha akıllı, hızlı ve entegre sistem, yaşamımızı birçok alanda kolaylaştıracak. İnternete erişimin kolaylaşması, yaygınlaşması ve ucuzlamasıyla daha çok sayıda insan internetten ve internet aracılığı ile ulaşabileceği medikal bilgi ve sağlık hizmetinden yararlanabilecek. Üniversite, kamu kurum ve kuruluşları da bu alanda kaçınılmaz olarak yer alacaklar. İnternet tıp

alanında, klinik çalışmalar, Ar-Ge ve hasta iletişimi şu an sınırlarını tanımlayamayacağımız yeni bir boyut açılıyor. Bugün düşünülmesi gereken ise gerek teknoloji, gerekse regülasyonlar açısından bu gelişime ne kadar hazırlıklı olduğumuz ve bilginin doğruluğunu nasıl sağlayacağımızdır.

Kaynaklar

1. Aksu H., Çankaya M.N., Candan U. Her şey Çıplak Bildiğiniz İnternet'in Sonu Web 3.0. Kapital Kitapları, 2011
2. Anthony D.W., Tapscott D. Vikinomi –Kitlesel İşbirliği Her Şeyi Değiştiriyor. MediaCat Kitapları, 2007
3. Safko L., Brake D.K. The Social Media Bible – Tactics, Tools& Strategies for Business Success. WILEY, 2009
4. Bennet E. Found in Cache Blog. 11.06.2011 (<http://ebennett.org/hsnl/>) (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
5. Global Traffic Rank, and U.S. Traffic Rank. Top 15 Most Popular Health Websites April 2011. (<http://www.alexa.com/>) (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
6. Sharp J. The Digital Consumer: Web 2.0 Roadmap for Healthcare Organizations. (<http://www.slideshare.net/JohnSharp/the-digital-consumer-web-20-roadmap-for-healthcare-organizations>) (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
7. <http://jama.ama-assn.org/content/305/6/566.2.extract> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
8. <http://www.slideshare.net/ehaliloglu/sosyal-medyada-salk-uygulamalar> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
9. <http://andyde.blogspot.com/2010/07/will-social-media-find-meaningful-usage.html> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
10. <http://social.eyeforpharma.com/story/how-pharma-sector-benefits-social-media> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
11. <http://econsultancy.com/uk/blog/4728-pharma-companies-online-talk-to-activity> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
12. <http://www.doseofdigital.com/healthcare-pharma-social-media-wiki/> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)
13. <http://www.fda.gov/Safety/Recalls/MajorProductRecalls/Peanut/ucm164103.htm> (Son erişim tarihi: 19.07.2011)