

Editorial – «Stay hungry, stay foolish.»

Steve Jobs (1955–2011)

In 2005, Steve Jobs addressed the graduating students at Stanford University and concluded his now classic commencement speech with these words. What he meant, was that they should always pursue their passion, find what they love, and never stop learning new things. The curiosity and drive that kept Jobs creative and impactful came from what he describes as the ability to “connect the dots” between ideas, lessons learnt, discussions with friends or just anecdotes gathered along the way.

In this issue of your Swiss Sports & Exercise Medicine journal, we put together a special issue on social media in sports medicine. The authors take us on a ride to present what new communication and sharing platforms can bring to our clinical world, how they have been using it to better their skills, knowledge and understanding of the current discussions in our field. They will take us on a tour starting with what it means to be a connected doctor nowadays (**Jean-Gabriel Jeannot**) and how a sports medicine clinician can use various social media (**Markus Laupheimer**). **Justin Carrard** presents the power of blogs to be involved in the SEM community and tackle important topics with a lighter touch. **Nash Anderson** brings us his experience as a multi-tasking sports chiropractor present on many platforms, and **Yann Le Meur**, the Infographic King himself, tells us the story of his visual thinking prowess.

Of course none of this would matter if we cannot use the power of social media and e-health to meet some needs in our clinical world, and **Blaise Reymondin**, a digital media marketer, presents us his vision as a future patient in 2035, integrating e-health and mobile health into the mix. A big thank you to the authors for sharing their experience in the old print and paper way.

Social media can be social. It can help us gather pearls of knowledge, expand our understanding of our evolving professions, and ultimately connect the dots to do a great job(s).

Boris Gojanovic

Editor-in-chief, editor@sgsm.ch
Dr med. Boris Gojanovic
La Tour Sport Medicine SOMC
Hôpital de La Tour
1217 Meyrin (GE)
Email: boris.gojanovic@latour.ch



En 2005, Steve Jobs s’adresse aux étudiants de l’Université de Stanford lors du désormais classique discours de la remise des diplômes (qui s’appelle «le Commencement»), et c’est avec ces paroles qu’il conclut. Ce qu’il souhaite leur transmettre, c’est qu’ils devraient toujours poursuivre leurs passions, trouver ce qu’ils aiment vraiment, et ne jamais cesser d’apprendre de nouvelles choses. La curiosité et l’énergie qui ont permis à Jobs de rester créatif et d’avoir un impact trouve son origine dans ce qu’il décrit comme la capacité à «relier les points» entre diverses idées, des leçons apprises, des discussions avec des amis ou simplement des anecdotes récoltées au long de son chemin de vie.

Dans ce numéro de votre Swiss Sports & Exercise Medicine journal, nous avons concocté un numéro spécial sur les médias sociaux dans la médecine du sport. Les auteurs nous emmènent pour un voyage, où ils présentent ce que les nouvelles plateformes de communication et de partage peuvent apporter à notre monde Clinique, comment ils les utilisent pour améliorer leurs compétences, connaissances et compréhension des thématiques les plus actuelles dans notre domaine. Le trajet nous fait passer par ce que cela veut dire aujourd’hui d’être un médecin connecté (**Jean-Gabriel Jeannot**) et par comment un médecin du sport clinicien peut utiliser les divers médias sociaux (**Markus Laupheimer**). **Justin Carrard** nous présente le pouvoir des blogs pour s’impliquer dans la communauté de la médecine du sport et de l’exercice et pour aborder des sujets importants avec un peu de légèreté. **Nash Anderson** rapporte son expérience en tant que chiropraticien du sport, adepte du multitâches de par sa présence sur de nombreuses plateformes, et **Yann Le Meur**, le Roi de l’Infographie en personne, nous raconte l’histoire de la naissance de ses prouesses de pensée visuelle.

Bien entendu, rien de tout cela n’aurait d’importance tant que nous ne sommes pas à même de tirer profit de la puissance des médias sociaux et de la santé connectée pour aller à la rencontre des besoins de notre monde Clinique. C’est ainsi que **Blaise Reymondin**, un spécialiste du marketing digital, nous présente sa vision de patient se projetant en 2035, intégrant les usages et possibilités de la santé mobile et électronique dans l’équation. Un très grand merci à tous les auteurs pour leur partage généreux de leur expérience et visions, dans le bon vieux format papier qui nous est encore si cher.

Les médias sociaux peuvent être sociaux. Ils peuvent nous aider à réunir les pépites de connaissances, à élargir notre champ de compréhension de nos métiers en développement, pour finalement nous permettre de relier les points et faire un super job(s).