



## Les médias sociaux et les médecins canadiens : Enjeux et règles d'engagement

---

### Remarque importante :

**Dans le cas des médecins canadiens, les règlements et lignes directrices des organismes provinciaux de réglementation ou des employeurs ont préséance sur toute directive contenue dans le présent document. Certains organismes de réglementation, par exemple le Collège des médecins et chirurgiens de la Colombie-Britannique et le Collège des médecins et chirurgiens du Nouveau-Brunswick, ont publié des lignes directrices ou énoncés au sujet des médias sociaux<sup>1</sup>.**

### Médias sociaux : signification

Les médias sociaux sont omniprésents dans la société canadienne d'aujourd'hui. De Facebook à YouTube en passant par Twitter, il semble que tout le monde participe à une forme ou une autre de communication électronique avec des amis, des membres de la famille, des collègues ou même de parfaits inconnus sur des sites web et des

applications mobiles. Les médias sociaux ont changé la façon dont les gens nouent des relations, communiquent, interagissent, recueillent et diffusent l'information.

Pour de nombreuses personnes, l'expression « médias sociaux » n'est qu'un terme servant à désigner des produits en ligne bien connus : Facebook, YouTube et Twitter. Mais au sens plus large, on peut définir les médias sociaux comme étant un ensemble de technologies mobiles et sur le web qui permettent aux gens de surveiller, créer, diffuser ou manipuler de l'information texte et audio, des photos et des vidéos, et de les partager avec d'autres. Cette information peut être partagée de façon unidirectionnelle (p. ex. : en affichant un texte sur son propre blogue) ou de façon multidirectionnelle (p. ex. : en participant à une discussion sur un forum en ligne). Les médias sociaux mettent particulièrement l'accent sur une communication interactive et adaptée à l'utilisateur.

---

© 2011 Association médicale canadienne. Vous pouvez, à des fins personnelles non commerciales, reproduire en tout ou en partie, sous quelque forme et par quelque moyen que ce soit, un nombre illimité de copies des énoncés de politique de l'AMC, à condition d'en accorder le crédit à l'auteur original. Pour toute autre utilisation, y compris la republication, la redistribution, le stockage dans un système de consultation ou l'affichage sur un autre site web, vous devez demander explicitement l'autorisation de l'AMC.

Veuillez communiquer avec le Coordonnateur des autorisations, Publications AMC, 1867, promenade Alta Vista, Ottawa (Ontario) K1G 5W8; télécopieur : 613 565-2382; courriel : permissions@cma.ca. Veuillez adresser toute correspondance et demande d'exemplaires supplémentaires au Centre des services aux membres, Association médicale canadienne, 1867, promenade Alta Vista, Ottawa (Ontario) K1G 5W8; téléphone : 888 855-2555 ou 613 731-8610, poste 2307; télécopieur : 613 236-8864.

La version électronique des politiques de l'AMC est versée sur le site web de l'Association (AMC En direct, adresse [www.amc.ca](http://www.amc.ca))

## **Médias sociaux et patients**

De nombreuses discussions sont en cours chez les professionnels de la santé, universitaires, observateurs des médias sociaux et membres du public sur la façon dont les médias sociaux peuvent et doivent être utilisés dans le domaine des soins de santé. Nous manquons actuellement de preuves permettant d'établir si l'utilisation des médias sociaux peut améliorer les résultats pour les patients<sup>2</sup>. Il est toutefois indéniable qu'Internet et les plateformes des médias sociaux font maintenant partie intégrante de la façon dont les patients et le public cherchent des renseignements sur la santé, et ces plateformes augmentent le sentiment d'engagement des patients envers leurs propres soins. Au moyen de nombreux sites web et grâce à la disponibilité croissante des dossiers de santé électroniques, les patients échangent de plus en plus de renseignements avec d'autres patients sur leur état de santé et leurs fournisseurs de soins.

## **Médias sociaux et médecins : risques et avantages**

Pour les médecins, les médias sociaux offrent un ensemble unique de possibilités et de défis. Le débat s'amplifie sur la question de savoir si la profession médicale devrait jouer un rôle dans l'utilisation des médias sociaux pour communiquer de façon plus efficace avec chaque patient et avec l'ensemble des patients. La réalité est que chaque médecin et chaque organisation médicale doivent décider consciemment de participer ou non aux diverses plateformes de médias sociaux, des raisons qui les motivent et de la mesure de leur participation. Même si le recours aux médias sociaux pourrait possiblement augmenter l'exposition des médecins à des problèmes d'ordre disciplinaire et médicolegal, ceux et celles qui choisissent de se servir des médias

sociaux peuvent aider à forger la façon dont ces outils peuvent améliorer les soins de santé dans l'avenir.

Les médias sociaux posent un défi pour les médecins (et les autres professionnels) en ce qui concerne la distinction entre la vie personnelle et la vie professionnelle. Bien qu'une telle distinction constitue un principe fondamental de la profession médicale, les médias sociaux estompent ces frontières d'une façon qui peut enrichir les communications, mais aussi placer les médecins à risque. Il s'agit d'un tout nouveau contexte que la profession médicale n'a pas encore abordé de façon satisfaisante.

Lorsqu'ils communiquent au moyen des médias sociaux, les médecins doivent se rappeler qu'ils demeurent régis par les mêmes normes éthiques et professionnelles ayant toujours eu cours et qui sont primordiales.

Comme le démontrent des données récentes, les médecins canadiens croient que les médias sociaux posent divers risques professionnels et juridiques et ne sont pas en mesure d'évaluer les avantages possibles de ces nouvelles formes de communication et d'interaction<sup>3</sup>.

## **Rôle de l'AMC**

Ce document vise à orienter la façon dont les étudiants en médecine, les résidents, les stagiaires, les boursiers et les médecins en exercice au Canada peuvent aborder les médias sociaux en reconnaissant leurs avantages possibles ainsi que les défis et risques inhérents à leur utilisation.

Bien que ces lignes directrices se fondent sur les meilleures données disponibles, il s'agit d'un domaine en constante évolution, où les innovations technologiques peuvent changer la donne pratiquement du jour au

lendemain. Dans ce contexte, l'Association médicale canadienne (AMC) révisera et actualisera le présent document au besoin.

En sa qualité d'association, l'AMC a la responsabilité et l'obligation envers ses membres d'offrir des conseils au sujet de l'utilisation des médias sociaux. En outre, l'AMC est à l'affût des tendances des médias sociaux en soins de santé et tentera de parler au nom de la profession dans son ensemble pour veiller à ce que les médias sociaux soient utilisés de la façon la plus avantageuse possible pour les patients et les médecins.

L'AMC reconnaît que, au moment d'intégrer les médias sociaux au système de prestation de soins de santé, chaque province et territoire devra se pencher sur la façon de rémunérer adéquatement les médecins pour leur temps et leurs activités.

## Enjeux clés

### Confidentialité des renseignements du patient

- La confidentialité et la sécurité des renseignements sur le patient sont primordiales. Ces renseignements ne doivent en aucun cas être partagés à l'extérieur du cercle de soins. Ce principe est également enchâssé dans la politique de l'AMC<sup>4</sup>. Le médecin doit se servir d'une plateforme de communication électronique sécurisée pour communiquer avec un patient autrement qu'en personne<sup>5</sup>. Tout renseignement pouvant permettre d'identifier un patient, y compris les images, ne doit jamais être publié en ligne ni partagé dans des communications électroniques de nature générale.
- Lorsqu'ils ont recours aux médias sociaux, les médecins doivent tenter

d'utiliser les paramètres de sécurité et de confidentialité les plus stricts de chaque plateforme.

- Les médecins ayant des employés doivent les informer des enjeux du respect de la vie privée des patients dans leur propre utilisation des médias sociaux. Ces médecins devraient envisager l'élaboration d'une politique sur les médias sociaux pour leur cabinet ou leur pratique.
- Les sites de réseautage social ne peuvent garantir le respect de la vie privée. En théorie, il est possible d'accéder à tout ce qui s'écrit sur un site de réseautage et de le rendre public. Par exemple, la *Patriot Act* aux États-Unis fait en sorte que le gouvernement américain peut, sous certaines conditions, accéder à tout renseignement publié sur un site de réseautage social ou un site web hébergé par un fournisseur de services américain, même si cette information se trouve dans la section « messages privés ou directs » du site.

### Protection du médecin

- Le fait d'avoir un profil en ligne ou une présence identifiable dans les médias sociaux peut comporter le même niveau d'impact positif ou négatif sur la réputation sociale d'un médecin que le fait d'être présent dans tout autre lieu public. En fait, l'accès à une audience mondiale peut amplifier cette réputation.
- L'utilisation la plus efficace des médias sociaux nécessite souvent de communiquer des renseignements personnels et professionnels. Cependant, les médecins doivent demeurer dans les limites appropriées de la relation patient-

médecin lorsqu'ils traitent avec un patient. Les mêmes normes de professionnalisme qui s'appliqueraient dans le cas d'interactions médecin-patient en personne s'appliqueront également dans le cas d'interactions électroniques.

- Si un médecin est à l'emploi d'un établissement de soins de santé ou d'un organisme ayant mis en place des lignes directrices sur les médias sociaux, il ou elle est tenu(e) d'en prendre connaissance et de s'y conformer.

#### Questions liées aux communications en ligne

- Les communications électroniques ne sont pas anonymes et sont toujours emmagasinées sous une forme quelconque. Il est donc possible de retracer l'auteur d'un commentaire, même si ce dernier est publié de façon anonyme.
- Une fois que leur matériel est publié en ligne, les auteurs de commentaires dans les sites de médias sociaux n'ont plus aucun contrôle sur la façon dont est diffusée l'information ni sur les lieux de diffusion, et il peut parfois arriver que le contexte dans lequel ces messages ont été publiés se perde.
- Les messages affichés sur les sites de médias sociaux sont assujettis aux mêmes lois sur les droits d'auteur et libelle diffamatoire que les communications écrites ou verbales.

#### Avantages possibles

- Une communication plus fréquente avec les patients et le public améliore la qualité des soins médicaux et la satisfaction à l'égard

des soins prodigués par les médecins. Les médias sociaux peuvent renforcer le rôle des médias traditionnels en diffusant d'importants messages de santé publique.

- L'utilisation des médias sociaux peut offrir aux patients et au public un accès plus rapide et facile à des connaissances médicales qui seront souvent plus à jour, claires et concises que dans les sources médiatiques habituelles.
- L'affichage, avec respect des droits d'auteur, de renseignements médicaux fondés sur des données probantes sur des sites de médias sociaux peut améliorer la qualité des renseignements sur la santé disponibles pour les patients et le public.

#### Règles d'engagement

Lorsque vous avez recours aux médias sociaux, rappelez-vous des éléments suivants :

- Comprenez la technologie et votre public

Les nombreuses plateformes de médias sociaux procèdent de différentes façons et ont souvent des objectifs différents. Même les types élargis de médias sociaux comme les sites de réseautage social fonctionnent selon différentes politiques d'utilisation. Certains sites de réseautage social, par exemple Facebook, peuvent être utilisés par quiconque, mais vous devez configurer vous-même votre propre réseau de connaissances. D'autres, comme Twitter, sont conçus pour interagir avec des gens que vous ne connaissez peut-être pas du tout.

D'autres, comme Asklepios, sont destinés à des interactions de collègue à collègue entre médecins canadiens uniquement. Afin d'utiliser les médias sociaux d'une façon optimale, il faut d'abord bien comprendre leur façon de fonctionner et qui sera votre public cible.

- Soyez transparent

Identifiez-vous clairement et précisez tout conflit d'intérêts possible que vous pourriez avoir en lien avec l'information que vous fournissez. En étant transparent, vous favorisez une interaction plus honnête avec les autres et un résultat plus productif. Si vous discutez de questions médicales ou de santé, vous serez probablement mieux de mentionner le fait que vous êtes médecin. Si vous êtes à l'emploi d'un établissement ou d'un organisme, vous devez mentionner que vous exprimez les politiques de votre employeur ou encore que vous exprimez votre point de vue personnel uniquement.

Lorsque vous adhérez à un site de réseautage social comme Facebook, auquel pourraient aussi adhérer des patients de votre pratique, vous devez éviter de communiquer des renseignements de nature personnelle ou privée. Il est possible de créer une page professionnelle sur laquelle vous pouvez publier des renseignements sur votre pratique ainsi que des liens et renseignements généraux sur la santé.

- Respectez les autres

Si vous publiez de l'information

produite par quelqu'un d'autre, vous devriez d'abord obtenir les permissions appropriées et mentionner l'origine de l'information. La plupart des sites de médias sociaux ont leur propre ensemble de règles, de lignes directrices et d'étiquette auxquels vous devriez adhérer. Si vous n'êtes pas certain du fonctionnement d'un site, passez plus de temps à écouter et à lire avant d'entamer un dialogue actif. Respectez toujours le principe de confidentialité des renseignements des patients.

- Concentrez-vous sur vos champs d'expertise

En votre qualité de médecin, vous pouvez souvent apporter de la valeur à un forum ou à une conversation en discutant d'enjeux pour lesquels vous possédez de l'expertise. La diffusion de cette information – pourvu qu'elle ne contrevienne pas au respect de la vie privée d'un patient – rehausse le niveau du discours sur les sites de médias sociaux et sera très certainement vue d'un bon œil de la part des autres participants à la discussion.

Vous devez vous attendre à ce que l'information que vous fournissez sur un média social soit mise en doute par d'autres médecins et personnes ne faisant pas partie de la communauté médicale. Rappelez-vous de maintenir le débat à un niveau civilisé et ne vous offusquez pas de façon exagérée si votre opinion est rejetée, même si vous avez le sentiment qu'elle se fonde sur les meilleures données probantes disponibles.

Si vous décidez d'utiliser votre propre site web pour traiter de questions de nature médicale ou sur la santé avec un auditoire ne faisant pas partie de la communauté médicale, vous devriez inclure des conditions d'utilisation pour informer les utilisateurs que les renseignements s'adressent aux résidents du Canada et que vous ne répondez pas à des demandes de renseignements individuelles sur la santé<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Code de protection des renseignements personnels sur la santé ([http://www.cma.ca/index.php?ci\\_id=53584&la\\_id=2](http://www.cma.ca/index.php?ci_id=53584&la_id=2))

<sup>5</sup> Lignes directrices de l'AMC à l'intention des médecins au sujet des communications en ligne avec les patients (<http://policybase.cma.ca/dbtw-wpd/PolicyPDF/PD05-03F.pdf>)

<sup>6</sup> Promotion de la santé : L'ACPM prêtera assistance ([http://www.cmpa-acpm.ca/cmpapd04/docs/member\\_assistance/more/com\\_is0890-f.cfm](http://www.cmpa-acpm.ca/cmpapd04/docs/member_assistance/more/com_is0890-f.cfm))

## Notes

<sup>1</sup> [College of Physicians and Surgeons of British Columbia Social Media and Online Networking Forums](http://www.cpsbc.ca/files/u6/Social-Media-and-Online-Networking-Forums.pdf) (<https://www.cpsbc.ca/files/u6/Social-Media-and-Online-Networking-Forums.pdf>); Collège des médecins et chirurgiens du Nouveau-Brunswick, lignes directrices concernant Facebook (<http://www.cpsnb.org/french/Selected%20Commentaries%20FRENCH/Facebook.htm>)

<sup>2</sup> De nombreuses études démontrent toutefois que les outils et ressources des médias sociaux servent à fournir aux patients des renseignements sur la santé et tentent de modifier des comportements liés à la santé. Voir par exemple les résumés des présentations des quatre Med 2.0 : Social Media and Web 2.0 sous « Health conferences » (<http://www.medicine20congress.com/ocs/index.php/med/med2011>), ou les articles publiés dans le *Journal of Medical Internet Research* (<http://www.jmir.org/>)

<sup>3</sup> Les médecins et les médias sociaux (<http://www.cma.ca/representationamc/medecins-medias-sociaux>)