

Impact des sites de réseau social en pratique pharmaceutique

L'implantation du Web depuis les années 1990 a bouleversé la gestion de l'information, les échanges entre les personnes et les entreprises. Si le courriel demeure un véhicule de communication privilégié, les internautes recourent de plus en plus aux réseaux sociaux, aux blogues, aux wikis et autres outils Web facilitant le travail en équipe. L'objectif de cet article est de discuter de l'impact des outils de réseau social en pratique pharmaceutique.

Par **Jean-François Bussièrès**, B. Pharm., M.Sc., M.B.A., F.C.S.H.P., CHU Sainte-Justine, et **Denis Lebel**, B. Pharm., M.Sc., F.C.S.H.P., CHU Sainte-Justine, adjoint aux soins pharmaceutiques, à l'enseignement et à la recherche, et coordonnateur du service pharmaceutique de support à la recherche au CHU Sainte-Justine.

Texte soumis le 15 mars 2010.

Texte remis le 20 mars 2010.

Révision: Denis Lebel, B. Pharm., M.Sc., F.C.S.H.P., CHU Sainte-Justine.

Un réseau social est une communauté d'individus ou d'organisations reliés de manière directe ou indirecte en fonction de leurs centres d'intérêt, de leurs points de vue ou de leurs besoins communs. Sur Internet, plusieurs sites permettent la création de réseaux¹. Alors que Stanley Milgram établissait, dans les années 1960, que deux personnes choisies aléatoirement sur la terre sont reliées par tout au plus six connaissances¹, le recours aux outils Web ne fait que renforcer cette probabilité.

Petite histoire des réseaux sociaux

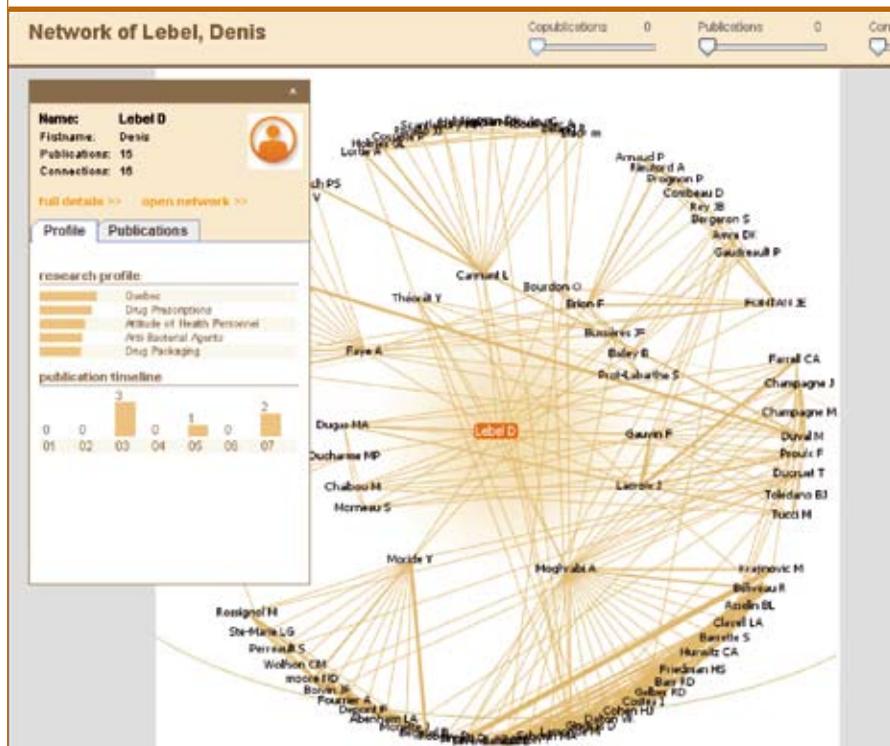
On recense l'émergence d'outils de réseautage dès la création de la Toile, au milieu des années 1990. Des sites comme Geocities.com (1994), Tripod.com (1995) ou Classmates.com (1995)

ont permis aux internautes de partager des adresses électroniques, des fiches de renseignements personnels et des hyperliens favoris. La deuxième génération de ce type de sites a permis à chaque usager de participer à la création de son réseau social en acceptant, en invitant ou en refusant des personnes à le rejoindre. De plus, ces sites ont aussi permis aux usagers d'interagir en émettant des opinions en réaction à celles des autres, en plus de partager différents types de documents (par exemple, des textes, de la musique, des photos et des vidéos). Des sites comme Epinions.com (1999), Friendster.com (2002), Delicious.com (2003), Myspace.com (2003) Facebook.com (2004) et Twitter.com (2006) sont nés. Alors que Facebook permet le partage de renseignements, de documents et de messages, Twitter est avant tout un microblogue permettant la diffusion de messages de 140 caractères et moins. D'autres sites ciblant davantage des professionnels ont aussi été créés, tels que LinkedIn (2003) et BiomedExpert (2006). Plus récemment, des sites profitant de la capacité de géolocalisation de téléphones intelligents ont permis d'associer les messages diffusés à leur provenance (par exemple, localisation sur une carte géographique) et à leur contexte (par exemple, événement et date). On pense à Foursquare.com (2009) et à Gowalla.com (2009).

Parce que Google.com ne peut indexer assez vite les propos publics diffusés sur les réseaux sociaux, de nouveaux moteurs émergent afin d'optimiser la consultation. Des sites comme Oneriot.com, Tweetmeme.com, Topsy.com, Collecta.com et Scoopler.com indexent le contenu de plusieurs réseaux sociaux. Enfin, aux usagers désireux de rester branchés et à jour quant à l'évolution des réseaux sociaux, le site Mashable.com est incontournable pour suivre cet univers.

On estime que plus de 1,7 milliard de personnes avaient accès à Internet au 30 septembre 2009². En ce qui concerne les réseaux sociaux, on estimait à plus de 490 millions le nombre d'utilisateurs de Facebook^{MD}, à plus de 80 millions pour MySpace^{MD} ou Twitter^{MD} et à 41 millions pour LinkedIn^{MD}, au 1^{er} avril 2010³.

Figure 1
Topographie des contacts scientifiques liés aux activités de publication de Denis Lebel



Utilité en pratique pharmaceutique

Quel intérêt un pharmacien peut-il avoir pour ces outils ? Nous pensons que la participation au Web 2.0 est incontournable pour les professionnels de la santé, notamment parce que de nombreux patients interagissent et s'informent par l'intermédiaire de ces réseaux. Aussi, parce que la diffusion de connaissances populaires et scientifiques n'y échappe pas et qu'une majorité d'étudiants en pharmacie, comme tous les autres de leur âge, ont adopté les réseaux sociaux comme outils de communication. Enfin, parce que le Web est là pour rester !

Ainsi, un pharmacien pourrait profiter de LinkedIn.com pour diffuser son profil professionnel et rester en contact avec d'autres pharmaciens et professionnels de la santé. Un deuxième pourrait se servir de Delicious.com pour organiser et partager des hyperliens choisis pour sa clientèle. Un troisième pourrait recourir à Biomedexpert.com pour y insérer ses publications professionnelles et établir une carte de ses contacts, en lien avec ses activités scientifiques (figure 1). Un quatrième pourrait utiliser Facebook pour organiser un rassemblement de pharmaciens, partager des photos mémorables de son passage à l'université et communiquer les photos de cette soirée de retrouvailles. Un cinquième pourrait lancer un message Twitter pour tenir sa clientèle au courant de ses activités de formation continue sur différentes maladies chroniques (par exemple, consultation de URPP sur Twitter afin de suivre les activités de son unité de recherche). Un sixième pourrait profiter de Foursquare.com pour signaler la présence de sa pharmacie en y publiant notamment une photo dans une zone touristique. Enfin, un pharmacien pourrait utiliser Scoopler afin de vérifier ce qui se dit en réaction aux manchettes de l'actualité pharmaceutique.

Enjeux professionnels

Bien que la croissance de ces réseaux sociaux soit très rapide, elle s'accompagne de plusieurs enjeux de société, notamment la protection des renseignements tant personnels que professionnels, la productivité au travail et la redéfinition des échanges sociaux.

Par exemple, Facebook a accepté, en 2009, de se plier aux exigences du Canada en matière de protection des données personnelles, à la suite des recommandations de la commissaire Stoddart⁴. Ainsi, ce réseau a modifié sa politique de confidentialité en décembre, afin de respecter les recommandations canadiennes. Toutefois, l'utilisateur doit être attentif aux paramètres de confidentialité qu'il accepte ou refuse.

L'auteur Raymond Morin relate dans son ouvrage *Comment entreprendre le virage 2.0*

que les entreprises ne peuvent ignorer les outils Web 2.0 tant pour leur développement que pour tisser et maintenir un lien de fidélité avec la clientèle⁵. Par ailleurs, on sait que plusieurs employeurs utilisent ces outils dans le cadre du processus de sélection ou de surveillance de leurs employés actuels ou futurs. Que dites-vous de votre entreprise ? Avez-vous déjà tenu des propos pouvant menacer votre emploi ? L'utilisation de ces outils est-elle une menace à la productivité de ceux qui y travaillent ? S'il est vrai que les outils du Web 2.0 sont incontournables, employeurs et employés doivent définir ensemble les règles du jeu pour qu'un cadre de gestion applicable soit mis en place.

Aussi, on reconnaît qu'il existe des enjeux dans l'utilisation de ces réseaux sociaux pour

Plusieurs employeurs utilisent ces outils dans le cadre du processus de sélection ou de surveillance de leurs employés actuels ou futurs. Que dites-vous de votre entreprise ? Avez-vous déjà tenu des propos pouvant menacer votre emploi ?

les professionnels de la santé, par exemple l'atteinte à l'image d'une profession, la perte d'occasions professionnelles (par exemple, une non-embauche liée à des propos inappropriés), le bris de confidentialité de données relatives à des patients et la perte de confiance de patients à l'égard de leur professionnel traitant⁶⁻⁷.

Chretien et coll. ont mené une enquête auprès de 130 facultés de médecine aux États-Unis et ont constaté que 60 % des personnes interrogées avaient rapporté des incidents relatifs à la publication sur ces sites de contenus non professionnels par des étudiants. Entre autres, des propos diffamatoires (52 %), un langage discriminatoire (48 %), de l'intoxication/ébrioité (39 %) et une documentation à caractère sexuel (38 %)⁸; 13 % des facultés interrogées ont rapporté des bris de confidentialité pour certains patients traités par ces étudiants. Seulement 38 % des personnes interrogées ont indiqué avoir un code de conduite sur le comportement en ligne pour les étudiants en médecine. Les répondants ayant un tel code étaient plus enclins à déclarer des comportements inappropriés (51 % contre 18 %; $p = 0,006$).

En pharmacie, Cain et coll. se sont intéressés à ces outils dans le cadre d'activités d'apprentissage⁹⁻¹⁰. Outre le risque de bris de protection de renseignements professionnels et

la permanence relative des renseignements publiés sur ces réseaux (i.e. un étudiant en pharmacie n'est pas forcément conscient de la pérennité des renseignements et des commentaires qu'il publie sur ces sites), les auteurs soulignent que l'accès à ces outils constitue une source de diversion et peut nuire à l'apprentissage, en classe ou individuellement. Ainsi, des professeurs et des conférenciers en pharmacie ont souvent noté l'impact parfois défavorable de l'utilisation d'ordinateurs portables sur le niveau d'écoute en classe depuis leur emploi systématique à l'université. Cain et coll. ont aussi évalué les perceptions et les opinions de 299 étudiants en pharmacie à partir d'un questionnaire portant sur 21 sujets, après une présentation sur l'e-professionnalisme¹¹. Les auteurs

notent que les étudiants de sexe masculin s'opposent davantage à l'utilisation de ces contenus par des figures d'autorité, notamment les professeurs ou leurs futurs employeurs. Plus de la moitié des étudiants ont envisagé de modifier leur comportement sur le Web et la nature des renseignements qu'ils publient à la suite de cette présentation. Les auteurs concluent que les étudiants en pharmacie utilisent beaucoup ces réseaux sociaux et sous-estiment les impacts de leur navigation sur leur vie professionnelle.

À partir de cette brève revue documentaire, nous formulons quelques recommandations quant à l'utilisation responsable du Web 2.0 par les étudiants en pharmacie, le personnel technique et les pharmaciens :

- 1) le code d'éthique des étudiants, le code de déontologie des pharmaciens et l'engagement dans la protection des renseignements personnels signé par le personnel technique devraient intégrer des dispositions spécifiques en ce qui concerne le comportement en ligne responsable;
- 2) les principes d'un comportement en ligne responsable devraient être enseignés dès les premiers jours de présence dans un programme universitaire de pharmacie;
- 3) l'étudiant et le pharmacien devraient s'assurer que le comportement en ligne, à titre personnel et professionnel, est compatible à court, moyen et long termes avec l'exer-

cice de la profession. Par exemple, la publication de photos ou de propos inappropriés au cours de sa formation pourrait entacher la réputation du professionnel durant sa carrière;

- 4) la personne ayant connaissance de la publication non autorisée de renseignements personnels devrait veiller au retrait de ces renseignements publiés illégalement;

- 5) le pharmacien doit utiliser avec prudence les médias écrits (courriels, blogues, microblogues) dans le cadre de sa pratique parce qu'une réponse à une question est susceptible de nuire à la protection des renseignements personnels et qu'elle peut être utilisée plus facilement comme preuve en cas de litige;
- 6) les règles d'un comportement en ligne responsable reposent sur les principes établis

par les chartes canadiennes et québécoises des droits et libertés, et par le code de déontologie des pharmaciens.

Conclusion

Les outils de réseau social sont utilisés par les pharmaciens, le personnel technique et les étudiants en pharmacie. Une utilisation responsable est toutefois essentielle à une prestation professionnelle des soins pharmaceutiques. ■

Références

1. **Anonyme.** Réseau social. (Cité le 30 avril 2010; site visité le 30 avril 2010.) www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=11019
2. **Internet usage statistics – the Internet big picture.** (Cité le 30 septembre 2009; site visité le 2 avril 2010.) www.internetworldstats.com/stats.htm
3. **Paul Kiser's Blog.** Who uses Facebook, Twitter, MySpace and LinkedIn. (Cité le 1er avril 2010; site visité le 1er avril 2010.) paulkiser.files.wordpress.com/2010/04/social-media-stats-1st-q-2010.pdf
4. **Boivin Filion A.** Les plaintes se multiplient contre Facebook: le Canada enquête. (Cité le 28 janvier 2010; site visité le 1er avril 2010.) techno.branchez-vous.com/actualite/2010/01/facebook_plainte_confidentialite_enquete_canada.html
5. **Morin R.** Comment entreprendre le virage 2.0. ? Collection entreprendre. Éditions Transcontinental. Montréal, QC. 2010. 164 pages.
6. **Connect to your patients with Facebook.** *Fam Pract Manag* 2009; 16(6): 31.
7. **Guseh JS 2nd, Brendel RW et Brendel DH.** Medical professionalism in the age of online social networking. *J Med Ethics* 2009; 35: 584-6.
8. **Chretien KC, Greysen SR, Chretien JP et Kind T.** Online posting of unprofessional content by medical students. *JAMA* 2009; 302(12): 1309-15.
9. **Cain J.** Online social networking issues within academia and pharmacy education. *Am J Pharm Educ* 2008 Feb 15; 72(1): 10.
10. **Cain J, Fox BI.** Web 2.0 and pharmacy education. *Am J Pharm Educ* 2009; 73(7): 120.
11. **Cain J, Scott DR, Akers P.** Pharmacy students' Facebook activity and opinions regarding accountability and e-professionalism. *Am J Pharm Educ* 2009; 73(6): 104.

QUESTION DE FORMATION CONTINUE

5) Parmi les énoncés suivants entourant les sites de réseau social, lequel est VRAI ?

- A. Un réseau social est une communauté d'individus ou d'organisations reliés uniquement de manière directe en fonction de leurs centres d'intérêt.
- B. Parmi les enjeux de l'utilisation de ces sites de réseau social, notons l'atteinte à l'image d'une profession, le bris de confidentialité de données relatives à des patients et le gain de confiance de patients à l'égard de leur professionnel traitant.
- C. Les principes d'un comportement en ligne responsable devraient être enseignés dès les premiers jours de présence dans un programme universitaire de pharmacie.
- D. La personne ayant connaissance de la publication non autorisée de renseignements personnels ne peut demander le retrait de ces renseignements publiés illégalement.

Veillez reporter votre réponse dans le formulaire de la page 70 ►