

Twitter, tout dire et tout lire... en 140 caractères

Dans son cahier *Forum* du 19 mars 2011, *La Presse* souligne le cinquième anniversaire de Twitter¹. On rappelle ainsi que l'idée est née en 2005 chez un groupe de quatre collaborateurs passionnés de programmation. L'un d'eux cherche à reproduire le mode de communication utilisé par les chauffeurs de taxi, mais permettant de relayer des messages textes à un groupe d'amis à l'aide d'un téléphone cellulaire. Twitter naît officiellement une année plus tard sous l'appellation Twttr, en écho au site de photos Flickr, et l'un de ses créateurs envoie le premier gazouillis (« just setting up my twttr ») le 21 mars 2006. L'outil connaît réellement son envol un an plus tard dans le cadre d'un festival d'avant-garde technologique, au Texas. En 2011, Twitter, c'est plus d'un milliard de tweets (on préfère le terme « gazouillis » en français) par semaine, plus de 460 000 nouveaux comptes ouverts chaque jour au cours du mois de mars, plus de 400 employés et une valeur d'entreprise estimée à plus de 7 milliards \$! « Twttez-vous » ? L'objectif de cet article est d'initier les pharmaciens à Twitter.

Texte rédigé par **Jean-François Bussièrès**,

B. Pharm., M.Sc., M.B.A., F.C.S.H.P.,
CHU Sainte-Justine, chef du département
de pharmacie et de l'unité de recherche en
pratique pharmaceutique, CHU Sainte-Justine,
et **Denis Lebel**, B. Pharm., M.Sc., F.C.S.H.P.,
adjoint au chef du département de pharmacie
et de l'unité de recherche en pratique
pharmaceutique, CHU Sainte-Justine.

Texte original soumis le 11 avril 2011.

Texte final soumis le 9 mai 2011.

Comment « twitter »

Il est facile d'ouvrir un compte en se rendant sur www.twitter.com et en choisissant un nom pour son compte. Contrairement à d'autres médias sociaux, comme Facebook ou LinkedIn, Twitter peut être intimidant à première vue. La contrainte de l'écriture de messages d'au plus 140 caractères rend parfois la rédaction et la compréhension de certains de leurs aspects plus difficiles. Retenez les éléments suivants :

- 1) L'arobase est utilisée devant le nom d'un utilisateur. Par exemple, @Hamstav réfère directement à l'utilisateur Hamstav. Si vous rédigez un gazouillis avec un nom d'utilisateur, ce dernier sera avisé qu'il a été mentionné dans ce message. Par exemple, vous pourriez écrire : « Merci @Hamstav et @bussiej pour l'article sur Twitter. »
- 2) Vous pouvez envoyer des messages privés à ceux qui vous suivent. Toutefois, attention, ils ne pourront pas vous répondre si vous ne les suivez pas vous aussi. Cette fonctionnalité remplace avantageusement les services de messagerie instantanée parfois coûteux offerts par votre compagnie de téléphonie mobile.
- 3) Le symbole dièse (#) indique la présence d'un mot clé. Les utilisateurs peuvent inventer les mots clés de leur choix. Toutefois, pour que ces mots clés soient utiles, ils doivent être partagés par un certain nombre d'utilisateurs. Pour ne pas rogner trop dans les 140 caractères dont vous disposez pour écrire, on tente de les intégrer à son message, p. ex. : « 31 #médicaments à éviter ! Que pensez-vous de ce palmarès ? www.lexpress.fr/tiny/976978 ». Si vous avez des doutes quant à l'utilisation d'un mot clé, consultez <http://tagdef.com>, ou encore <http://hashtags.org> ou alors ce lexique de termes d'argot Internet http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_de_termes_d%27argot_Internet.

Pourquoi « twitter » ?

Twitter vous permet d'être à l'écoute de sujets qui vous intéressent. Une simple recherche des

termes de pharmacie ou encore de médicaments sur Twitter vous donne une vue instantanée de ce qui préoccupe les gens en temps réel. Dès que vous avez défini quelques utilisateurs potentiellement intéressants, vous pouvez choisir de les suivre en vous abonnant gratuitement à leur compte. Dès que l'un d'entre eux diffuse un nouveau message sur son compte, il apparaît sur votre fil de temps Twitter. En devenant actif sur Twitter, vous serez remarqué par d'autres si vous émettez vous-mêmes des gazouillis et vous aurez vous aussi des abonnés. Vous serez tenté de partager non seulement des messages mais aussi des liens vers des sites intéressants ou encore de relayer des messages provenant d'utilisateurs auxquels vous êtes abonné.

Ainsi, Twitter vous permet de recevoir rapidement l'information diffusée par les sources qui vous intéressent, et ce, directement dans votre propre compte Twitter. Si, par exemple, vous vous abonnez à @radio-canada, vous recevrez des nouvelles directement dans votre compte Twitter dès qu'elles seront disponibles et vous pourrez consulter votre compte à partir de votre ordinateur ou de votre téléphone intelligent. Plus nécessaire de remplir votre boîte de courriels de listes de distribution ou de diffusion à partir d'abonnements électroniques émanant de différentes sources et dont il est souvent difficile de se désabonner. Et si vous n'avez pas le temps de consulter votre compte régulièrement, l'affichage des gazouillis se fait du plus récent au plus ancien. Parce que chaque source à laquelle vous êtes abonné doit être concise, il est facile de voir si l'information diffusée vous intéresse ou pas. Les utilisateurs publient souvent des hyperliens vers des pages Web pour compléter la lecture. Si un des comptes auxquels vous êtes abonné perd de son intérêt ou comporte trop de messages, vous n'avez qu'à cliquer sur l'option « désabonner », qui permet un désabonnement instantané. Si Twitter est utilisé par de plus en plus d'entreprises et d'organismes, ce moyen de communication permet aussi à des individus de s'exprimer librement.



Vous êtes tenté de rédiger des gazouillis ? Identifiez quelques thèmes d'intérêt pour vous et pour le public que vous souhaitez joindre. Commencez par « retwitter » des gazouillis d'autres utilisateurs que vous trouvez pertinents.

Vous êtes tenté de rédiger des gazouillis ? Nous vous suggérons de lire des articles de cette chronique sur la conduite responsable d'un pharmacien en matière de médias sociaux^{2,3}. Identifiez quelques thèmes d'intérêt pour vous et pour le public que vous souhaitez joindre. Commencez par « retwitter » des gazouillis d'autres utilisateurs que vous trouvez pertinents. Les auteurs de gazouillis sont en général reconnaissants d'être cités. Ils seront les premiers abonnés intéressés à vous suivre ! Afin de conserver l'intérêt, déterminez une fréquence de rédaction et tenez de la respecter ! Vos abonnés « retwitteront » votre contenu s'ils le trouvent intéressant et voilà la consécration ! Notez que vous pouvez suivre votre popularité sur Klout.com ou encore sur Peerintex.net.

Compte tenu des nombreux médias sociaux disponibles (p. ex., Facebook, LinkedIn), quelle est la place de Twitter ? Facebook devrait être réservé à vos vrais amis, c'est-à-dire les gens que vous connaissez vraiment. LinkedIn devrait être réservé à votre réseau professionnel, à vos connaissances et contacts liés à votre travail. Enfin, Twitter devrait contribuer à vous renseigner tant professionnellement que personnellement. Mais rappelez-vous, si vous décidez de gazouiller, faites-le de façon responsable, en sachant que tout ce que vous écrivez est ou sera public ! Sachez que même votre liste d'abonnements est publique; assurez-vous qu'elle présente de vous une image professionnelle.

Enfin, notez que si l'on recense de nombreux articles sur l'impact des médias sociaux sur les patients, on en retrouve aussi quelques-uns sur l'utilisation de Twitter par des professionnels de la santé^{4,6}.

Des « twits » pertinents en santé

Afin de respecter l'esprit de Twitter, @hamstav a sollicité la participation d'individus sur Twitter afin de déterminer des comptes intéressants pour les pharmaciens québécois. Voici la liste de ceux qui se sont prêtés à l'exercice, certains étant pharmaciens et d'autres pas (**tableau I**). Vous pouvez consulter leurs abonnements ou leurs listes (si mentionnées dans leur profil) pour vous inspirer des comptes intéressants à suivre, ou bien utilisez simplement le moteur de recherche de Twitter.

L'Ordre des pharmaciens du Québec a aussi récemment profité des médias sociaux, dont Twitter, dans sa campagne de communication sur le rôle élargi du pharmacien (@pourlemieuxca).

Tableau I Exemple de comptes Twitter et de listes reliés à la pratique pharmaceutique

@Hamstav Liste : @Hamstav/listespharmacie
@bussiej @maxthibault Liste : @maxthibault/pharmacie
@EmaFer28 Liste : @EmaFer28/pharmacie
@JeepyFon Liste : @jeepyfon/rxnews
@Chri_Mayer @bertrand_bolduc Liste : @bertrand_bolduc/liste-pharmacie-2
@pharmas1037ut Liste : @pharmas1037ut/pharmacy-for-all

Suivez-nous sur Twitter...

Dans la perspective d'assurer une présence pharmaceutique Web, l'unité de recherche en pratique pharmaceutique (URPP) du CHU Sainte-Justine a choisi de publier un ou deux gazouillis par semaine sur Twitter afin de diffuser ses activités de recherche en pratique pharmaceutique. Suivez-nous à ces adresses...

- Compte Twitter - @URPPCHUSJ
- Page Web sur le site du CHU Sainte-Justine www.chu-sainte-justine.org/Pro/page.aspx?id_page=10004473
- Page Web sur Wordpress - <http://urppchusj.wordpress.com>
- Page Web sur Facebook - www.facebook.com/URPPCHUSJ

Conclusion

Il est trop tôt pour conclure à l'utilité de ce type d'outil pour la pratique professionnelle. Toutefois, il apparaît incontournable pour le pharmacien de s'y intéresser. ■

Références

1. Collard N. L'histoire de Twitter en (un peu plus de) 140 caractères. La Presse. Plus FORUM. 19 mars 2011-04-04.
2. Bussièrès JF, Lebel D. Impact des sites de réseau social en pratique pharmaceutique. Québec Pharmacie 2010; 57(4):24-6.
3. Tremblay ME, Lebel D, Bussièrès JF. Utilité et impact des réseaux sociaux par les patients. Québec Pharmacie 2010; 57(5):37-8.
4. Cain J, Romanelli F, Fox B. Pharmacy, social media, and health : Opportunity for impact. J Am Pharm Assoc (2003) 2010; 50: 745-51.
5. Greysen SR, Kind T, Chretien KC. Online professionalism and the mirror of social media. J Gen Intern Med 2010; 25: 1227-9.
6. Randeree E. Exploring technology impacts of Healthcare 2.0 initiatives. Telemed J E Health 2009; 15: 255-60.

QUESTION DE FORMATION CONTINUE

- 12) En ce qui concerne l'utilisation de Twitter, indiquez, parmi les énoncés suivants, celui qui est vrai.**
- A. Le premier gazouillis a été publié sur Twitter en 2007.

- B. En 2011, Twitter rassemblait plus d'un million de gazouillis par semaine.
- C. L'arobase (@) est utilisée devant un mot clé.

- D. Le symbole dièse (#) indique la présence d'un mot clé.
- E. En 2011, on note qu'il y a plus de 460 000 nouveaux comptes ouverts chaque mois.

Veillez reporter votre réponse dans le formulaire de la page 74 ►