

RAPPORT-VERSION BRÈVE

Lignes directrices

Pour une utilisation éthique et responsable des médias sociaux en santé

Rhoda Weiss-Lambrou et les membres du

Comité des lignes directrices sur les médias sociaux en enseignement

Dr Christian Bourdy, Professeur agrégé, Faculté de médecine
Isabelle Brault, Professeure adjointe, Faculté des sciences infirmières
Jean-François Bussièrès, Professeur titulaire de clinique, Faculté de pharmacie
Dr Réjean Duplain, Vice-doyen au soutien académique et au Campus de l'UdeM en Mauricie,
Faculté de médecine
Dre Nathalie Gaucher, Professeure adjointe de clinique, Bureau de l'éthique clinique, Faculté de
médecine
Marc-André Maheu-Cadotte, étudiant à la maîtrise, Faculté des sciences infirmières

Sous la direction de

Dre Stéphanie Raymond-Carrier, Directrice du CPASS, et avec la collaboration de
M. Jean-Pierre Blondin, Directeur des affaires professorales à la direction des ressources humaines

Le 30 avril 2016

Le document des « *Lignes directrices - Pour une utilisation éthique et responsable des médias sociaux en santé* » est disponible en deux versions (brève et longue). **La version brève** permet de prendre connaissance des lignes directrices et de saisir l'étendue de leur application grâce à des vignettes cliniques, des conseils pratiques et des ressources en ligne. En supplément, **la version longue** décrit la méthodologie qui a mené à l'élaboration de ces lignes directrices, un plan stratégique visant l'implantation des lignes directrices, les articles des codes de déontologie des professionnels de la santé et plusieurs ressources supplémentaires.

Table des matières

Préambule	3
1. Principes directeurs et bonnes pratiques	5
Principe directeur no 1 <i>Responsabilité</i>	5
Principe directeur no 2 <i>Confidentialité</i>	6
Principe directeur no 3 <i>Indépendance</i>	6
Principe directeur no 4 <i>Réputation et influence</i>	7
Principe directeur no 5 <i>Rigueur</i>	8
Principe directeur no 6 <i>Conflit d'intérêt</i>	8
2. <i>Arrêter, réfléchir, publier</i> : Conseils pratiques	9
Conclusion	11
Annexe 1 Exemples de situation (vignettes)	12
Annexe 2 Ressources pour en savoir plus	15

Note : Dans le présent document, les termes masculins sont employés pour désigner les personnes dans le seul but d'alléger le texte. Ils sont pris au sens générique et ont à la fois valeur d'un féminin et d'un masculin.

Préambule

En 2013, la Faculté de médecine de l'Université de Montréal a adopté un *Code d'éthique* démontrant son engagement à promouvoir l'excellence en enseignement, en soins de santé et en recherche. Elle y invite tous ses membres à adopter une conduite professionnelle exemplaire appuyée sur des valeurs et des principes éthiques clairement définis : la liberté et l'autonomie intellectuelle, la bienfaisance, la justice et l'équité, l'intérêt public, le respect, l'honnêteté et l'intégrité ainsi que la responsabilité.

Les présentes lignes directrices ont pour but de définir pour les étudiants, les enseignants et les membres du personnel non enseignant des principes directeurs visant à promouvoir le meilleur emploi des médias sociaux dans le cadre d'activités d'étude, d'enseignement, de recherche et de pratique professionnelle; elles pourront s'appliquer à tous les professionnels de la santé de la Faculté ainsi qu'à ceux d'autres facultés, écoles et départements des sciences de la santé de l'Université de Montréal.

Les médias sociaux englobent une variété d'activités incluant la technologie, l'interaction sociale et la création de contenu. Bien que les présentes lignes directrices s'intéressent spécifiquement aux médias sociaux, les principes directeurs s'appliquent tout aussi bien à l'emploi des technologies de l'information et de la communication (TIC), dont le téléphone intelligent et le courriel.

Dans le cadre du présent document,

- le terme **médias sociaux** est défini comme des « *outils Web interactifs qui encouragent les utilisateurs à collaborer, à créer, générer et diffuser du contenu et à personnaliser des applications.* » Source : Termium Plus, <http://www.btb.termiumplus.gc.ca>
- le terme **réseaux sociaux** est défini comme des « *communautés d'internautes reliées entre eux en fonction de leurs intérêts, points de vue ou besoins communs, qui favorisent l'interaction sociale, la création et le partage d'information.* » Source : Termium Plus, <http://www.btb.termiumplus.gc.ca>

Les médias sociaux connaissent un essor important en enseignement et sont des plateformes de plus en plus favorisées pour faciliter les soins aux patients et diffuser des connaissances scientifiques. De plus, un nombre croissant d'étudiants, d'enseignants et de membres du personnel enseignant sont présents sur les réseaux sociaux d'un point de vue personnel. Néanmoins, l'emploi des médias sociaux suscite plusieurs questionnements, particulièrement en santé.

Si quelques règles clairement établies peuvent baliser l'emploi des médias sociaux, comme le respect de la confidentialité des patients, d'autres enjeux demeurent complexes. Par exemple, il peut être difficile de distinguer la vie privée des obligations professionnelles pour un professionnel de la santé. Certains codes de déontologie ont commencé à décrire les pratiques souhaitables ou à proscrire au sujet de l'emploi des médias sociaux par des professionnels de la santé. Toutefois, cet emploi est en

évolution constante et les codes ne pourront jamais répondre à toutes les questions au sujet de ces pratiques. Dans ces zones grises, une approche réflexive – impliquant un examen précis de la situation, des valeurs personnelles en cause, du cadre légal, des codes d'éthique, des lignes directrices et des exemples de meilleures pratiques – doit être adoptée pour permettre à l'utilisateur des médias sociaux d'en faire un emploi judicieux, informé, respectueux et responsable. Ainsi, au-delà des règles de base balisant l'emploi des médias sociaux, il revient à tous les enseignants, étudiants et membres du personnel non enseignant d'adopter une approche responsable et éthique en lien avec leur usage des médias sociaux.

Tous les enseignants, étudiants et membres du personnel non enseignant doivent comprendre les répercussions de leur emploi des médias sociaux dans leur communication avec leurs pairs, dans leur enseignement, dans leur pratique clinique ou en recherche. Chacun doit connaître le plus possible les forces et les limites des outils employés, afin de pouvoir en faire un usage informé et judicieux.

Portée des lignes directrices

*Ces lignes directrices s'adressent à tous les utilisateurs des médias sociaux en santé. Par **utilisateurs des médias sociaux**, nous entendons:*

- les professeurs, chercheurs, chargés de cours, chargés d'enseignement clinique, professeurs de clinique et enseignants responsables de la supervision et de l'encadrement des étudiants en sciences de la santé;
- les étudiants et les résidents en sciences de la santé;
- les membres du personnel non enseignant en sciences de la santé.

Ces lignes directrices visent principalement à :

- sensibiliser les utilisateurs des médias sociaux quant aux bénéfices et aux enjeux soulevés par l'utilisation des TIC et des médias sociaux;
- aider les utilisateurs des médias sociaux à bien faire la distinction entre leur vie personnelle et leur vie professionnelle sur les sites de réseautage social et dans leur utilisation des TIC;
- décrire aux utilisateurs des médias sociaux des situations concrètes leur permettant de prendre conscience des répercussions de leurs activités en ligne et de leurs éventuelles conséquences sur leur rôle de professionnel en fonction de leur identité numérique;
- promouvoir une utilisation éthique et responsable des médias sociaux par les utilisateurs des médias sociaux en sciences de la santé.

La diffusion que pourront avoir les présentes lignes directrices à l'échelle de toute l'université nécessitera de les réexaminer en vue d'une adoption par les facultés intéressées et leur application dans les divers programmes d'études.

1. Principes directeurs et bonnes pratiques

Les présentes lignes directrices sont fondées sur six principes directeurs guidant une utilisation éthique et responsable des médias sociaux en santé (voir Tableau).

Principes directeurs pour une utilisation éthique et responsable des médias sociaux en santé
Utiliser les TIC et les médias sociaux de manière responsable afin d'agir de façon efficiente, diligente et prudente
Assurer la protection des renseignements personnels des patients, des proches, des enseignants et des étudiants
Respecter une distance optimale dans la relation thérapeutique avec les patients et leurs proches
Être responsable de son image en ligne et de son influence sur sa profession ainsi que sur son établissement d'étude ou d'emploi
Assurer une présence en ligne informée et basée sur les données probantes
Reconnaître les conflits d'intérêt et influences indues pouvant survenir à travers l'emploi des médias sociaux (sollicitation, liens commerciaux)

Principe directeur no 1

Utiliser les TIC et les médias sociaux de manière responsable afin d'agir de façon efficiente, diligente et prudente

Concept clé: Responsabilité

L'utilisation des TIC et des médias sociaux présente de nombreux avantages pour les professionnels de la santé : rejoindre très rapidement un public extrêmement large, renforcer les relations professionnelles, diffuser des messages d'intérêt public, etc. Certains risques découlent toutefois de ces avantages, dont le caractère permanent et public de toute l'information publiée sur les médias sociaux.

Bonnes pratiques

- Prendre conscience des raisons qui motivent l'utilisation des médias sociaux avant de les employer.
- Évaluer et déterminer quels sont les médias sociaux les plus appropriés pour atteindre le but et les objectifs qui motivent leur emploi.
- Connaître les paramètres de confidentialité des médias sociaux, les comprendre et les ajuster selon le public que l'on souhaite cibler.
 - Toujours garder en tête que, peu importe les réglages des paramètres de confidentialité, les publications sur les sites des médias sociaux restent de nature publique.
- Utiliser des mots de passe complexes, difficiles à deviner et les modifier fréquemment.
- Tenir compte du caractère permanent de tout ce qui est affiché sur les médias sociaux avant de prendre la décision de publier.
- Fermer les sessions ou éteindre l'ordinateur dès la fin de la période d'utilisation.
- Surveiller régulièrement si son nom apparaît lors de l'emploi de moteurs de recherche (ex : Google) et examiner le contenu qui s'y affiche.

Principe directeur no 2

Assurer la protection des renseignements personnels des patients, des proches, des enseignants et des étudiants

Concept clé : Confidentialité

Les utilisateurs des médias sociaux ont la responsabilité légale et éthique de protéger et de maintenir la confidentialité des patients. Les renseignements obtenus dans le cadre de l'exercice des fonctions professionnelles, que ce soit, entre autres, dans un contexte de stage, d'internat ou d'externat se doivent d'être utilisés uniquement à l'intérieur du contexte thérapeutique établi avec le patient.

Bonnes pratiques

- Ne publier aucun renseignement qui permettrait d'identifier un patient (ou toute autre personne) sans l'accord libre et éclairé du principal intéressé.
 - Les photographies, vidéos et enregistrements sonores ne peuvent pas être publiés sans l'accord libre, manifeste et éclairé du patient.
 - Ne pas faire mention du nom d'un patient n'est aucunement un gage de respect de la confidentialité. Toute information (ex : un diagnostic ou un symptôme inusité) qui permettrait l'identification de la personne en question ne peut être publiée.
- Intervenir si on constate qu'un collègue divulgue des informations confidentielles.

Principe directeur no 3

Respecter une distance optimale dans la relation thérapeutique avec les patients et leurs proches

Concept clé: Indépendance

Les utilisateurs des médias sociaux ont le devoir de toujours assurer leur indépendance professionnelle vis-à-vis leurs patients et veiller au maintien d'une relation thérapeutique dans un cadre clinique. Les médias sociaux peuvent avoir un impact sur les relations entre les deux acteurs (ex : le professeur et l'étudiant, le professionnel et le patient) pouvant donner l'impression de proximité exagérée et influencer des enjeux de pouvoir dans ces relations.

Bonnes pratiques

- Ajuster les paramètres de confidentialité des médias sociaux afin de restreindre l'accès au contenu publié aux personnes désirées seulement (ex: famille, amis).
- Ne pas initier de contact avec un patient ou ses proches sur les médias sociaux. Un contact avec un patient ou ses proches par l'entremise de médias sociaux est associé aux risques suivants :
 - Exposer ses propres renseignements personnels (ex: adresse, numéro de téléphone, etc.)
 - Laisser croire que le professionnel souhaite passer d'une relation professionnelle à une relation amicale ou sentimentale.
 - Perceptions négatives de la part du patient ou de ses proches vis-à-vis du professionnel créant un risque de perte de crédibilité professionnelle.

- Perceptions de la part du professionnel que le patient l'autorise à divulguer des informations confidentielles.
- Biaiser la relation thérapeutique; le professionnel pourrait avoir accès à des photos ou à des situations mettant la condition de santé du patient à risque.
- Bris de la relation professionnelle ou thérapeutique, en particulier si le patient est vulnérable et qu'il risque d'avoir besoin de soins continus.
- Éviter de discuter sur les médias sociaux de sujets reliés à la santé d'une manière qui pourrait être interprétée comme étant des conseils professionnels.
- Inviter les personnes demandant un avis professionnel sur les médias sociaux de rencontrer une personne qualifiée dans un contexte réellement clinique
- Établir de concert avec le patient quel type d'information pourrait être échangé par courriel et utiliser, de préférence, un courriel institutionnel encrypté pour ces communications.

Principe directeur no 4

Être responsable de son image en ligne et de son influence sur sa profession ainsi que sur son institution d'étude ou d'emploi

Concept clé : Réputation et influence

Les étudiants, les enseignants et les membres du personnel non enseignant qui font usage des médias sociaux font face à des enjeux en ce qui a trait à leur image. En plus de leur réputation personnelle, ces usagers pourraient être tenus responsables des retombées de leurs agissements, même en privé, sur l'image de leur profession ainsi que de leur influence sur leur institution d'étude ou d'emploi. Tout ce qui est en ligne doit être considéré comme étant public.

Bonnes pratiques

- Garder en tête que les publications sur les médias sociaux pourraient être sauvegardées par des tierces personnes et ensuite montrées à un employeur actuel ou futur.
- Envisager l'opportunité d'avoir une page distincte pour les activités professionnelles versus les activités personnelles.
- S'identifier clairement en mentionnant son titre professionnel si on fournit des informations sur la santé.
 - Se limiter à son champ d'expertise.
- Réfléchir aux impacts que les échanges sur les médias sociaux peuvent avoir sur la réputation personnelle et professionnelle en raison d'une diffusion large.
- Éviter d'exprimer sa frustration par rapport à son rôle professionnel ou par rapport à son employeur par le biais des médias sociaux.
- Projeter une image professionnelle dans ses publications sur des médias sociaux car celles-ci sont un reflet de l'identité personnelle et professionnelle.
- Agir avec intégrité et s'assurer que les commentaires publiés sur les médias sociaux sont honnêtes et justes.
- Demeurer respectueux et porter attention au langage utilisé. Les médias sociaux rendent difficile la distinction entre les commentaires davantage humoristiques versus des commentaires haineux s'apparentant à de la cyber-intimidation.
- Aviser son collègue si ce dernier publie un message, une photo ou une vidéo allant à l'encontre des normes professionnelles.

Principe directeur no 5

Assurer une présence en ligne informée et basée sur les données probantes

Concept clé : Rigueur

Il est attendu des étudiants, des enseignants et des membres du personnel non enseignant qui utilisent les médias sociaux que ces personnes, lorsqu'elles désirent partager de l'information ayant trait à leur champ d'expertise, conservent la rigueur attendue du public dans le cadre de l'exercice des fonctions professionnelles.

Bonnes pratiques

- Partager de l'information factuelle.
- S'assurer de citer correctement les sources et les auteurs des informations partagées pour respecter le droit d'auteur.
- Privilégier la publication d'informations d'intérêt général portant sur des grands enjeux actuels.
- Être conscient des possibilités que l'information partagée puisse être remise en question.

Principe directeur no 6

Reconnaître les conflits d'intérêt et influences indues pouvant survenir à travers l'emploi des médias sociaux (solicitation, liens commerciaux)

Concepts clés : Conflit d'intérêt

Les utilisateurs des médias sociaux doivent se questionner sur les formes subtiles que peuvent prendre les conflits d'intérêt, ainsi que sur leurs influences potentielles. Ce qui pourrait sembler être un simple partage d'information sur les médias sociaux peut facilement prendre la forme d'un endossement professionnel, lorsque fait par un étudiant, un enseignant ou un professionnel de la santé. Également, l'information véhiculée sur les médias sociaux n'est pas nécessairement exempte d'influence et doit être évaluée en conséquence.

Bonnes pratiques

- S'exprimer au nom d'un établissement ou d'une organisation seulement si le professionnel en est dûment mandaté.
 - Utiliser les logos d'établissement ou d'association seulement si l'autorisation a été donnée.
 - Spécifier lors du partage d'opinions en ligne que l'on s'exprime en son nom personnel et non au nom d'un établissement ou association.
- Mentionner qu'aucune réponse ne sera donnée à des demandes d'informations individualisées.
- S'assurer d'avoir pris connaissances de toutes les informations pertinentes lorsqu'on fait mention d'un produit ou d'un traitement spécifique.
- Examiner la possibilité d'un conflit d'intérêt avant d'accepter de s'afficher sur la page d'un média social d'une compagnie ou d'une association.
- Déclarer d'emblée tout conflit d'intérêt.

2. Arrêter, réfléchir, publier: Conseils pratiques

Votre empreinte numérique et votre identité numérique

L'utilisation de l'Internet s'accompagne inévitablement d'une *empreinte numérique* que nous laissons tous derrière nous. Que ce soit en faisant des achats en ligne, en utilisant un moteur de recherche, en lisant l'actualité sur le web ou simplement en visitant des sites Internet, tous ces éléments peuvent être retracés ou compilés dans des bases de données. Cette trace correspond à notre *empreinte numérique*.

Une *identité numérique* est constituée de toutes les données, factuelles ou non, qu'une personne affiche sur le web. Que ce soit une publication sur sa page Facebook, une nouvelle photo ajoutée, un commentaire laissé dans un forum, une page ou un compte auquel on est abonné, notre liste de contacts ou d'amis, toutes ces informations viennent nous caractériser et participer à la construction de notre identité en ligne.

Afin d'instaurer les bonnes pratiques proposées dans les présentes lignes directrices, il est important que les utilisateurs des médias sociaux soient conscients de leur empreinte numérique et de leur identité numérique.

Dans la vidéo suivante, huit étudiants en sciences de la santé de l'Université de Montréal parlent de leur empreinte numérique et de leur identité numérique. Ils sont conscients des bénéfices et des enjeux associés à l'utilisation des médias sociaux et ils décrivent comment ils essaient de distinguer leur vie personnelle de leur vie professionnelle.

Les futurs professionnels de la santé nous parlent des médias sociaux (2015)

<https://www.youtube.com/watch?v=t70cxczqxjw&feature=youtu.be>

Dans le cadre de son projet de maîtrise, Alexandre Campeau-Larrivée de l'École de réadaptation à la Faculté de médecine de l'Université de Montréal a réalisé une vidéo pour informer les physiothérapeutes des bonnes pratiques entourant l'utilisation des médias sociaux.

Les professionnels de la physiothérapie sur les médias sociaux (2014)

<https://www.youtube.com/watch?v=3zyCrqP7C0Q>

Les ressources suivantes offrent des informations, des trucs et des conseils pratiques concernant l'évaluation et la gestion de l'empreinte numérique:

- [Vos empreintes numériques](#). Internet Society (ISOC).
- [Découvrez le profil numérique des adultes québécois selon 3 groupes d'âge](#). CEFRIO. Enquête NetTendances 2015.
- [Digital tattoo : Assess yourself](#). Université de la Colombie-Britannique.

Finalement, en vue de favoriser une utilisation éthique et responsable des médias sociaux en santé, il est important de garder à l'esprit les points suivants :

Dix conseils pratiques pour instaurer les bonnes pratiques de nos lignes directrices

1. Être respectueux, transparent et professionnel ;
2. Faire attention à ce que vous dites et comment vous le dites ;
3. Savoir protéger et gérer votre identité numérique (image de soi projetée en ligne) ;
4. Être conscient de votre empreinte numérique (l'ensemble des traces laissées sur Internet) et savoir comment l'améliorer ;
5. Savoir distinguer entre ce qui est privé et ce qui est public ;
6. Créer des comptes distincts afin de bien séparer les informations et les communications liées à votre vie professionnelle de celles de votre vie personnelle ;
7. Savoir régler les paramètres de sécurité et de confidentialité;
8. Reconnaître le caractère permanent de tout ce qui est publié dans les médias sociaux ;
9. Se rappeler qu'une fois affiché, c'est permanent ;
10. Arrêter et réfléchir avant de publier.

Exemples d'un manque de professionnalisme en ligne

- Langage vulgaire ou discriminatoire ;
- Image ou vidéo montrant un comportement en état d'ébriété ;
- Fausses déclarations pouvant porter atteinte à la réputation d'une organisation ou d'un individu;
- Publication de renseignements ou d'informations qui pourraient identifier une personne sans son consentement;
- Publication de photos, de vidéos ou de textes concernant vos patients, amis, collègues, enseignants ou employeurs sans leur consentement;
- Contenu sexuellement suggestif ;
- Cyber-intimidation.

Conclusion

Les présentes lignes directrices ont pour but de définir pour les étudiants, les enseignants et les membres du personnel non enseignant en sciences de la santé, des principes directeurs visant à promouvoir le meilleur emploi des médias sociaux dans le cadre d'activités d'étude, d'enseignement, de recherche et de pratique professionnelle. Les six principes directeurs énoncés et les bonnes pratiques associées visent à orienter les actions et les interactions en ligne des individus et surtout à promouvoir une réflexion basée sur ses propres valeurs, celles de sa profession et celles de sa faculté. Le Comité des MSE propose l'adoption, la promotion et l'application concrète et rapide des présentes lignes directrices dans les divers programmes d'étude en sciences de la santé. Les médias sociaux et les technologies les supportant évolueront sans aucun doute au cours des prochaines années. Il est fort possible que de nouvelles "meilleures pratiques" émergeront, ce qui amènera une révision constante de ces lignes directrices qui seront modifiées et aussi adaptées pour nous assurer d'une utilisation éthique et responsable par tous des médias sociaux.

Annexe 1 Exemples de situation (vignettes)

L'objectif premier de ces vignettes est de susciter la réflexion. Ces mises en situation se veulent des outils à l'intégration des lignes directrices et bonnes pratiques préalablement explicitées. Préparées par des étudiants en sciences de la santé, les vignettes suivantes mettent en scène divers acteurs à l'intérieur de contextes académiques et professionnels alors qu'ils se retrouvent confrontés à des situations où se mêlent éthique, droit, déontologie et professionnalisme.

1. Lors de son stage de médecine d'urgence, Alexandre voit un patient qui s'est fracturé le bras lors d'un accident en vélo. L'orthopédiste de garde demande à Alexandre de lui envoyer une photo des radiographies sur son téléphone pour qu'il puisse décider s'il doit se rendre à l'hôpital immédiatement pour la consultation ou si celle-ci peut attendre au lendemain matin. Quels enjeux éthiques et déontologiques Alexandre devrait-il considérer dans sa réponse à la demande de l'orthopédiste?

2. Un médecin est ami Facebook avec un ancien compagnon de classe du secondaire. Cet ami, sachant qu'il est médecin, le contacte pour des informations par rapport à un diagnostic qu'il a reçu dernièrement. Il s'agit en effet d'une pathologie qui fait partie de la pratique usuelle du médecin, donc qu'il connaît bien. Dans quelle mesure une réponse du médecin suppose-t-elle une responsabilité professionnelle?

3. William est très présent sur Facebook. Il y affiche plusieurs informations, dont sa formation médicale et son emploi de résident dans un centre hospitalier universitaire de Montréal. Il publie fréquemment des commentaires sur la politique et l'actualité. Suite à l'élection du nouveau gouvernement fédéral, plusieurs articles ont circulé concernant la législation de la marijuana. William en a relayé quelques-uns sur son mur et y a ajouté des commentaires personnels. Quelles influences sur son institution d'emploi et sa profession les publications de William peuvent-elles exercer?

4. Virginie a ouvert sa propre clinique de physiothérapie. Son plan d'affaires inclut une présence importante sur le web et les médias sociaux. La clientèle est au rendez-vous, mais Virginie cherche des opportunités de financement pour accélérer la croissance de son entreprise. Un laboratoire d'orthèses de la région est prêt à lui accorder un montant annuel en échange d'espace publicitaire à la clinique ainsi que sur sa page web et sa page Facebook. Quels éléments Virginie devrait-elle considérer pour une prise de décision responsable vis-à-vis l'offre qui lui est faite?

5. Lucie est nouvellement infirmière dans une unité de médecine d'un centre hospitalier. Ayant bien hâte de s'intégrer au reste de l'équipe, elle invite ses collègues à devenir amis avec elle via sa page Facebook. Ces derniers s'aperçoivent très tôt que Lucie aime bien publier sur sa page des histoires et des anecdotes qui sont survenues dans le cadre de l'exercice de ses fonctions professionnelles. Sans jamais mentionner de noms précis, il lui arrive parfois de ventiler ses frustrations lorsque la collaboration est plus difficile avec certains patients ou d'autres employés du centre. Comment les collègues de Lucie pourraient-ils répondre de manière professionnelle à son comportement en ligne?

6. Rachel est infirmière dans une unité de soins psychiatriques depuis plusieurs années. Dernièrement sa pratique l'a amenée à collaborer avec Sonia, une patiente atteinte d'un trouble dépressif post-partum, avec laquelle elle a développé un très bon lien de confiance. Après quelques semaines, la patiente, ayant pris du mieux, a maintenant pu retourner à domicile. En entrant chez elle un soir, Rachel s'aperçoit en ouvrant son Facebook qu'elle a reçu une nouvelle demande d'amitié, une demande provenant de Sonia. En prenant appui sur les aspects déontologiques et éthiques encadrant l'exercice de sa pratique, comment Rachel devrait-elle répondre?

7. Cédric est nouvellement admis dans un programme universitaire de pharmacie. Très enthousiaste à l'idée de pouvoir finalement étudier ce qui le passionne, il lui arrive occasionnellement d'enregistrer par vidéo des segments de cours qu'il considère critiques afin de les rediffuser par la suite sur sa chaîne YouTube ; ses collègues de classe et lui utilisent ensemble cet outil web pour réviser des sections moins bien comprises de la matière. Quels enjeux Cédric devrait-il considérer vis-à-vis la publication sur le web d'enregistrements vidéo de cours universitaires?

8. Érika est nouvellement embauchée comme physiothérapeute dans une clinique médicale qu'elle convoitait depuis longtemps. Enthousiasmée, elle se lie d'amitié la même journée par Facebook avec tous les employés de la clinique qu'il lui est possible de retrouver. Ce soir-là, pour célébrer son embauche, Érika sort avec ses amies dans un bar et toute la soirée est bien arrosée. Vers 2h00 du matin, Érika est maintenant visiblement en état d'ivresse avancée. Ses amies, trouvant la situation cocasse, prennent des vidéos de cette dernière qu'elles publient par la suite sur la page Facebook de la physiothérapeute. À quels enjeux Érika s'expose-t-elle dans la présente situation?

9. Émilie est infirmière dans une unité de gériatrie. Une de ses patientes, Mme Leduc, y reçoit présentement des soins palliatifs pour une insuffisance cardiaque terminale. Un soir où Émilie travaille, Mme Leduc est extrêmement souffrante. Cette dernière accuse des douleurs généralisées et des difficultés respiratoires grandissantes malgré l'administration répétée de la médication prescrite. À court d'interventions, Émilie contacte par téléphone le résident de garde de l'unité pour lui faire part de la situation. Ce dernier lui répond qu'il est très occupé pour le moment et qu'il passera plus tard. Mme Leduc décède malheureusement entretemps. Après son quart de travail, en arrivant chez elle, Émilie relate la situation sur sa page Facebook, mentionne à quel point elle considère les événements injustes et blâme le résident de l'étage pour l'agonie souffrante de Mme Leduc. Quels enjeux éthiques Émilie devrait-elle considérer vis-à-vis cette publication et quels impacts cette dernière pourrait-elle avoir sur son emploi, sa profession et l'institution où elle exerce?

10. Luc commence sa première journée en tant que diététiste dans une unité de cardiologie. Un peu nerveux à l'idée de commencer dans un nouveau milieu, Luc est bien heureux lorsque sa première consultation se passe bien. Il développe un si bon lien avec la patiente qui lui a été référée qu'il prend une photo de la dame à ses côtés, tout sourire. Plus tard le même jour, il décide de publier la photo sur Instagram en prenant bien soin de ne pas mentionner le nom de la patiente. Quels principes

éthiques sont en jeu dans cette mise en situation?

11. Un étudiant en pharmacie de 4^{ème} année est approché par un pharmacien propriétaire qui lui propose de s'associer, dès l'obtention de son diplôme, pour l'ouverture d'une pharmacie en ligne. Le pharmacien propriétaire tente de le convaincre des avantages d'une telle pratique qui permet de rejoindre une plus large clientèle, au Québec, au Canada et même ailleurs dans le monde. Le pharmacien fait valoir que les patients, jeunes ou moins jeunes, utilisent désormais les médias sociaux et que le commerce en ligne ne fera qu'augmenter. Le pharmacien sollicite la participation de l'étudiant à la rédaction du plan d'affaires et du site web type. Quels principes éthiques sont en jeu dans cette mise en situation?

12. Un résident en pharmacie est invité à participer à un blogue sur profession santé afin de donner la parole aux étudiants gradués de la Faculté de pharmacie. On lui demande d'identifier chaque semaine une situation clinique controversée qui peut faire réfléchir les lecteurs et encourager les abonnés à réagir. La participation au blogue est rémunérée et le résident est invité à répondre au quotidien aux commentaires faits par les participants. Quels sont les enjeux à considérer dans cette mise en situation?

Annexe 2 Ressources pour en savoir plus

Glossaire et définitions

- [Lexique des médias sociaux](#). Gouvernement du Canada.
- [Social Media Definitions: The Ultimate Glossary of Terms You Should Know](#) . Hubspot Blogs.

Introduction aux médias sociaux en enseignement

- [Social media best practices : More ideas for engagement : Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr](#). Université de la Colombie-Britannique.
- [FutursProfs : Apprendre à enseigner autrement](#). Pour favoriser l'intégration des TIC par les futurs enseignants du collégial, le CCDMD et l'Université de Montréal ont conçu le projet de créer une communauté d'apprentissage et de pratique autour d'un site Web de formation portant sur le design pédagogique et la production de ressources informatisées.
- [Utiliser les médias sociaux de façon professionnelle](#). Conseil interprofessionnel du Québec.
- [Les réseaux sociaux, étapes par étapes](#). Futurs Profs (vidéo 3:47 min).
- [Les médias sociaux et l'enseignement : minidossier de veille](#). Service de soutien à la formation, Université de Sherbrooke.

Twitter

- [7 points essentiels à propos de...Twitter](#). Futurs Profs.
- [Dix astuces pour débutants sur Twitter](#) : Twitter Français.
- [Microblogue, tout simplement \(Le\)](#). Futurs Profs (vidéo 3:19 min.).
- [Twitter, étape par étape](#). Futurs Profs (vidéo 3:22 min.).
- [60 inspiring examples of Twitter in the classroom](#) . Online Universities.com.
- [The Teacher's Guide to Twitter](#). Edudemic, connecting education and technology.

Blogues et wikis

- [The Blogging Toolkit](#). #moocie The Social media toolkit.
- [Comment créer un blog?](#) Comment ça marche.net.
- [Le blogue tout simplement](#). Futurs Profs (vidéo 2:56 min)
- [Le blogue étape par étape](#). Futurs Profs (vidéo 5:07 min).
- [7 points essentiels à propos des ...wikis](#). Futurs Profs.
- [Le wiki, tout simplement](#). Futurs Profs (vidéo 4:00 min).
- [Le wiki, étape par étape](#). Futurs Profs (vidéo 8:09 min).

Facebook

- [Un nouvel ami Facebook?](#) Psychologie Québec, Vol. 32, No. 5 (2015).

- [Conseils de base pour utiliser Facebook en classe](#). Trousse Applications Pédagogiques de l'Ordinateur (APO).
- [Comment créer une page Facebook pour votre entreprise](#). Diane Bourque, Apprendre à gérer votre présence Web.

LinkedIn

- [23 actions à faire ou ne pas faire sur LinkedIn](#). Ludismedia.
- [LinkedIn parle votre langage](#). LinkedIn.
- [LinkedIn mode d'emploi : stratégie et méthodologie pour en tirer le meilleur profit](#). ArchiMag.