



Lignes directrices de pratique – Utilisation des médias sociaux

Février 2014

Reformaté : Août 2018

Introduction

De plus en plus de professionnels de la santé réglementés utilisent les médias sociaux. Parallèlement, on se préoccupe de plus en plus des risques que ces technologies numériques posent à la réputation des organismes de soins de santé et à la protection des renseignements personnels des clients. Les ergothérapeutes devraient consulter le code de déontologie et les normes d'exercice de l'Ordre des ergothérapeutes de l'Ontario (l'Ordre ou l'OEO) pour obtenir des conseils sur l'utilisation des médias sociaux d'une manière qui respecte les valeurs et les normes de la profession. Les ergothérapeutes qui utilisent les médias sociaux dans le cadre de leur pratique doivent appliquer les lois, normes et principes de l'Ordre d'une manière intentionnelle et responsable en tout temps.

Que sont les médias sociaux?

Les médias sociaux sont des technologies numériques et des pratiques qui permettent aux gens d'utiliser, de créer et de partager du contenu, des opinions, des réflexions, des expériences et des points de vue, de former des liens avec des gens et de promouvoir des discussions. Le point central des médias sociaux est le contenu généré par les utilisateurs et les interactions entre ceux-ci. Le présent document portera sur des médias sociaux comme Google +, Facebook, Twitter, ZoomInfo et LinkedIn. Il y a bien sûr d'autres technologies numériques qui peuvent émerger.

Chaque média social a sa propre plateforme, son propre style et sa propre réputation. LinkedIn, par exemple, est principalement un site pour les professionnels. Les sites de blogage et de microblogage, comme Twitter, sont plus informels et utilisent souvent un langage abrégé (p. ex. : LOL).

L'utilisation de médias sociaux dans le cadre de l'exercice de l'ergothérapie offre de nombreux avantages. Ceci peut promouvoir des relations collégiales et permettre aux ergothérapeutes de diffuser de l'information. Les médias sociaux peuvent également aider les ergothérapeutes à coordonner les soins avec d'autres professionnels et à parfaire leur formation professionnelle. Lorsqu'ils utilisent les médias sociaux à des fins professionnelles et personnelles, les ergothérapeutes doivent toutefois s'assurer qu'ils maintiennent leurs limites professionnelles, préviennent les conflits d'intérêts, respectent leur obligation de confidentialité et maintiennent la confiance des gens en la profession.

Le présent document aide les ergothérapeutes à utiliser les médias sociaux de façon sécuritaire et responsable. Ces lignes directrices de l'Ordre décrivent les pratiques recommandées et encouragent un exercice prudent de la profession.

Bien que seulement les employés d'un organisme puissent avoir accès à un média social interne, les collègues et les clients peuvent visionner les médias sociaux externes. De plus, de nouveaux véhicules de médias sociaux ne cessent d'être créés.^{1,2}

¹ *Corporate Policy 407*, Pfizer (2012).

² Central Office of Information, R.-U. (2009).

Ces lignes directrices n'incluent pas l'utilisation du courrier électronique. Ce sujet a été traité dans les Normes de tenue des dossiers.

L'Ordre a collaboré avec d'autres ordres à l'élaboration d'un module d'apprentissage en ligne – Pause Before You Post – Social Media Awareness for Regulated Healthcare Professionals. Ce module est disponible (en anglais seulement) sur le site Web de l'Ordre.³

Voir l'*annexe 1* pour un glossaire de la terminologie des médias sociaux.

Maintien du professionnalisme

Avec les médias sociaux, la ligne qui sépare la vie publique et privée ainsi que la vie professionnelle et personnelle n'est pas toujours claire. Bien qu'il y ait une distinction entre la vie professionnelle et la vie personnelle de l'ergothérapeute, un manque de jugement démontré par un ergothérapeute dans sa vie privée peut se refléter non seulement sur l'ergothérapeute même mais également sur sa profession. On s'attend à ce que les ergothérapeutes maintiennent leur professionnalisme en tout temps dans leur pratique. Cette ligne de conduite est conforme à l'énoncé de politique présenté dans l'article de J.M. Farnan et al. (2013)⁴, qui déclare que le professionnalisme est le fondement du contrat social entre les médecins et la société et que les attentes sociétales dépassent souvent la pratique professionnelle pour englober les activités quotidiennes du médecin. Un mauvais jugement se reflète non seulement sur le médecin même mais également sur sa profession. Cet énoncé est congruent avec la prise de position de l'Ordre sur le professionnalisme des ergothérapeutes.

Les ergothérapeutes devraient savoir que ce qui est perçu peut être accepté comme une réalité dans les réseaux sociaux en ligne, et que la ligne qui sépare ce qui est public et privé, et ce qui est professionnel et personnel, est assez fluide. Les ergothérapeutes devraient bien réfléchir à l'utilisation des médias sociaux dans leur pratique et dans leur vie personnelle.

Avant d'établir une présence professionnelle en ligne, réfléchissez à la raison pour laquelle vous voulez utiliser les médias sociaux dans votre pratique. Demandez-vous ce qui suit : Est-ce que j'utilise les médias sociaux pour améliorer l'apprentissage des clients ou pour répondre à des besoins personnels? Avant d'utiliser les médias sociaux pour faire de la publicité et de la commercialisation, consultez les *Normes sur la prévention et la gestion des conflits d'intérêts* ainsi que la section sur la publicité dans le *Règlement général* de l'Ordre. Songez soigneusement aux répercussions positives et négatives de l'utilisation d'un site de média social où n'importe qui peut afficher des annonces gratuitement.

Voici des exemples de répercussions positives : en se servant d'un programme de média social,

³ *Pause before you Post – Social Media Awareness for Regulated Healthcare Professionals*, site Web de l'OEO (2013).

⁴ Jeanne M. Farnan, MD, et al. (2013). Position Paper of the American College of Physicians. *Online Medical Professionalism Patient and Public Relationships: Policy Statement from the American College of Physicians and the Federation of State Medical Boards*, *Annals of Internal Medicine*. 158(8) : 620-627

l'ergothérapeute peut rejoindre un plus grand nombre de clients potentiels; il peut encourager des liens collégiaux avec d'autres professionnels de la santé; il peut diffuser à grande échelle de l'information clinique sur la santé à des clients actuels ou potentiels. Voici des exemples de répercussions négatives : l'information affichée sur des sites de médias sociaux peut être manipulée par d'autres et pose le risque d'une divulgation accidentelle de renseignements confidentiels et de violation de la vie privée de clients ou de l'ergothérapeute; la réputation de l'ergothérapeute pourrait être endommagée si des clients ne savent pas comment appliquer correctement l'information qu'ils trouvent en ligne à leurs problèmes médicaux et utilisent mal les conseils de l'ergothérapeute. Chaque fois qu'un ergothérapeute se sert de sa désignation professionnelle en ligne, il est perçu comme agissant à titre professionnel.

Les relations thérapeutiques avec les clients devraient être les mêmes en ligne qu'en personne. Par exemple, établissez et maintenez des limites claires et appropriées en gardant vos pages personnelles de médias sociaux séparées de vos pages professionnelles. N'invitez pas des contacts personnels sur vos pages professionnelles et, vice-versa, n'invitez pas des contacts professionnels sur vos pages personnelles. Inviter un client à devenir un « ami » en ligne ou lui divulguer des renseignements personnels peut confondre les limites professionnelles et créer une relation double. Pour plus de renseignements à ce sujet, consultez les *Normes sur les limites professionnelles* de l'Ordre.

Que vous soyez sur un site personnel ou professionnel, respectez le principe suivant : **Pensez avant d'afficher – Réfléchissez avant de cliquer**. Dans les médias sociaux, affichez seulement des commentaires et des photos qui peuvent être partagés avec le public. Avant de sauvegarder, d'envoyer ou d'afficher un commentaire, posez-vous la question qui suit : Est-ce que cela me dérangerait si cette information était imprimée dans un journal, présentée sur un tableau d'affichage ou annoncée à la télévision? Si la réponse est oui, modifiez le commentaire ou ne l'affichez pas. De même, avant d'afficher une photo ou vidéo, demandez-vous si elle pourrait être mal interprétée ou manipulée. Si c'est possible, ne l'affichez pas. Lorsqu'il s'agit des médias sociaux, il faut privilégier la prudence.

Une fois que vous avez divulgué des renseignements personnels en ligne, il peut être impossible de les rappeler complètement. Ceci signifie qu'il est possible que des sites de médias sociaux utilisent le contenu de pages, même après que l'auteur(e) ait effacé des renseignements ou même si cette personne n'a pas consenti explicitement à cette utilisation. Une fois que de l'information est numérisée, l'auteur(e) abandonne son contrôle.⁵

Les ergothérapeutes doivent également reconnaître qu'il est très possible qu'il n'existe plus d'affichages anonymes sur le Web. Avec la création de moteurs de recherche de plus en plus sophistiqués, il est beaucoup plus facile de lier des commentaires au contributeur original.

⁵ *Recommandation professionnelle sur l'utilisation de moyens de communication électroniques et des médias sociaux*, Ordre des enseignantes et des enseignants de l'Ontario (2011).

Assurer la confidentialité et la protection des renseignements personnels d'un client

Les ergothérapeutes doivent appliquer les lois pertinentes sur la protection des renseignements personnels au milieu des médias sociaux. Les ergothérapeutes qui travaillent dans un hôpital doivent respecter la *Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée* (1990) et ceux qui travaillent pour des organismes gouvernementaux locaux doivent respecter la *Loi sur l'accès à l'information municipale et la protection de la vie privée* (1990). Tous les ergothérapeutes doivent s'assurer qu'ils appliquent la *Loi de 2004 sur la protection des renseignements personnels sur la santé*.

Pour protéger la confidentialité et les renseignements personnels de leurs clients, les ergothérapeutes ne doivent pas afficher les renseignements personnels sur la santé d'un client sur un site de média social. Ils ne devraient pas non plus afficher de témoignages. Par exemple, bien qu'un client soit enclin à contribuer un témoignage sur la page Facebook de son ergothérapeute, ce client révèle des renseignements personnels confidentiels en fournissant son nom. L'ergothérapeute devrait expliquer au client que, conformément au règlement sur la publicité, l'Ordre n'autorise pas l'utilisation de témoignages et que cet affichage constitue un risque de violation de leur vie privée.

On conseille aux ergothérapeutes d'obtenir le consentement éclairé de leurs clients lorsqu'ils utilisent conjointement des médias sociaux. Comme il est stipulé dans les *Normes de consentement* de l'Ordre, l'ergothérapeute devrait discuter des paramètres du consentement avec son client et documenter la discussion dans le dossier du client. Il serait également prudent de ne pas utiliser les médias sociaux pour identifier ou faire des commentaires sur un client, un collègue ou une autre personne sans son consentement.

La plupart des plateformes de médias sociaux permettent à l'utilisateur de placer des limites sur les personnes qui peuvent visionner une page. Apprenez à vous servir de ces paramètres et contrôles de sécurité pour restreindre l'accès à vos pages. Pour activer un niveau de sécurité élevé, examinez les directives détaillées dans la section sur la protection de la vie privée de la plateforme de votre média social ou d'un autre site de ressources en ligne. Les ergothérapeutes devraient comprendre qu'aucun mécanisme de protection de la vie privée n'est garanti à 100 %. Il n'est pas toujours possible de contrôler qui visite votre site de média social.

Les ergothérapeutes devraient également lire les règles de confidentialité qui visent l'accès externe à l'information affichée sur les sites de partage de documents ou les sites d'entreposage virtuel, comme Dropbox. Si vous utilisez ces sites dans l'exercice de votre profession, lisez l'entente relative à la confidentialité avant de cliquer sur le bouton pour accepter les conditions de l'entente.

Éviter un conflit d'intérêts

Avant d'afficher quelque chose sur le site de média social d'un tiers fournisseur, vendeur ou autre entreprise privée, l'ergothérapeute devrait examiner la possibilité d'un conflit d'intérêts. Réfléchissez, par exemple, à une situation dans le cadre de laquelle un vendeur demande à un ergothérapeute de rédiger un blogue sur un sujet éducatif sur le site Web du vendeur. Si le blogue de l'ergothérapeute apparaît sur la même page que le témoignage d'un utilisateur des produits du vendeur, ceci pourrait être perçu comme une recommandation de l'ergothérapeute des produits du vendeur, entraînant la perception d'un conflit d'intérêts.

Pour reconnaître un conflit d'intérêts possible sur une page ou plateforme de média social, posez-vous les questions suivantes : Est-ce que quelque chose fait concurrence au devoir de traiter les clients dans ma capacité professionnelle? Qu'est-ce qu'un collègue ou un observateur neutre penserait d'un ergothérapeute qui affiche ici? Lorsque des ergothérapeutes participent à des médias sociaux, ils doivent appliquer les *Normes sur la prévention et la gestion des conflits d'intérêts* de l'Ordre.

Surveiller votre présence en ligne

Songez à allouer des ressources à l'inspection, au filtrage, à la surveillance et à l'intervention de messages affichés, de blogues, de gazouillis et de flux RSS, comme des mises à jour automatiques de balados, de bulletins et de publipostage direct électronique. L'ergothérapeute devrait également vérifier son cercle de réseautage sur les médias sociaux pour voir qui a accès à ses sites et qui affiche des commentaires et de l'information. Si un ami a affiché des photos qui ne reflètent pas le professionnalisme de l'ergothérapeute, celui-ci doit demander à l'ami d'enlever ces photos. Si un client a affiché un témoignage, l'ergothérapeute est responsable de l'infraction à la confidentialité des renseignements personnels du client. Après en avoir avisé le client, l'ergothérapeute doit enlever le témoignage du site.

Les ergothérapeutes doivent aussi examiner régulièrement les sites de réseautage social ainsi que les sites de ressources commerciales et humaines, comme ZoomInfo et LinkedIn, qu'ils fréquentent. De plus, il serait prudent de surveiller si votre nom apparaît lors de recherches avec des moteurs de recherche, comme Google. Certains renseignements qui peuvent être affichés à votre sujet pourraient être complètement fictifs. Il se pourrait aussi que certains renseignements qui vous sont attribués concernent une autre personne du même nom. L'ergothérapeute peut devoir prendre des mesures pour préciser, enlever ou corriger toute information inexacte et documenter les mesures adoptées.

Ce genre de problème peut poser un risque professionnel aux ergothérapeutes. Certains ergothérapeutes maintiennent un dossier de risques dans lequel ils documentent des situations ou problèmes pouvant poser des risques professionnels afin d'avoir une trace écrite donnant une description du risque et des mesures prises par l'ergothérapeute pour atténuer le risque. La tenue de

ce type de dossier est une bonne idée.

Communiquer en ligne

Lorsque vous utilisez des médias sociaux pour des communications professionnelles, soyez transparent et respectueux. Partagez seulement ce que vous seriez prêt à communiquer en personne à une personne ou à un groupe; ne divulguez pas de l'information non autorisée ou personnelle. Vos commentaires reflètent vos valeurs et croyances et ils influent sur la réputation de votre organisme de soins de santé et sur votre profession.

Le professionnalisme d'un ergothérapeute est reflété dans le choix de son langage et les images qu'il affiche. N'oubliez pas que l'utilisation d'abréviations, d'acronymes et de jargon médical peut causer de la confusion et être mal compris. La communication avec des phrases incomplètes peut également influencer sur la clarté du message.

Les ergothérapeutes qui utilisent des médias sociaux devraient déterminer les pratiques de documentation requises ainsi que l'entretien des communications, conformément aux *Normes de tenue des dossiers* de l'Ordre et au document intitulé *Les compétences essentielles à la pratique pour les ergothérapeutes au Canada – 3^e édition*.

Les plateformes de médias sociaux sont utiles pour une introduction et la formation de relations professionnelles mais, lorsque cela est possible, entamez un dialogue hors ligne. Certaines personnes ont adopté la règle qu'après trois interactions en ligne, il est temps de communiquer par téléphone ou en personne. Les conversations face-à-face favorisent des communications plus claires parce qu'elles offrent de l'information supplémentaire, comme le ton de voix de l'interlocuteur ainsi que des indices non verbaux et le langage corporel.

Les sites de réseautage social permettent aux ergothérapeutes d'envoyer des messages et des invitations en masse. Puisque l'individualisation des communications avec un client démontre un professionnalisme et appuie la relation thérapeutique, vous devriez évaluer si les communications en masse sont toujours l'option appropriée.

Facteurs organisationnels

Pour atténuer les risques possibles associés à l'utilisation des médias sociaux, il serait prudent pour les ergothérapeutes qui exploitent une entreprise d'ergothérapie ou qui font partie d'une pratique privée d'élaborer une politique relative à l'utilisation des médias sociaux. (Consultez la section sur les références bibliographiques pour obtenir des exemples de politiques visant les médias sociaux.) Les employeurs devraient songer à dresser un plan de formation pour leurs employés afin de consolider la politique relative à l'utilisation des médias sociaux et d'encourager des entrées tenant compte des

valeurs et du code de déontologie de l'entreprise ou de la pratique. Cette formation devrait se poursuivre pour renforcer les principes directeurs de l'organisme en ce qui concerne sa stratégie des médias sociaux.

Les ergothérapeutes qui sont des employés devraient connaître la philosophie, la politique, les procédures et les renseignements exclusifs de leur employeur en matière de médias sociaux. Certains hôpitaux et certaines installations de soins de santé ont une politique de surveillance de toutes les communications dans les médias sociaux, y compris le nom, le logo ou l'identité de l'organisme. Obtenez la permission avant d'utiliser des logos ou d'afficher de l'information sur un organisme, ou avant d'afficher des liens avec d'autres sites.

Certaines politiques sur les médias sociaux peuvent restreindre les références à un organisme sur un site Web et peuvent exiger que les membres du personnel parlent à la première personne et précisent qu'il s'agit de leurs propres opinions et non pas nécessairement de celles de l'organisme. Certains organismes de soins de santé demandent à leurs employés d'ajouter un avis de non-responsabilité, tel que : « Les opinions exprimées ici sont les miennes et ne reflètent pas nécessairement les opinions de mon employeur ». ^{6,7}

Un ergothérapeute qui héberge un site de média social non relié à son lieu de travail peut utiliser une variation de cet avis sur la page d'accueil de son site. Cet avis pourrait stipuler, par exemple, que « les opinions exprimées ne représentent pas les opinions et la philosophie de l'organisme professionnel de l'employé mais transmettent plutôt les opinions personnelles du créateur du site. » ⁸

Conclusion

Farris Timimi, 2012⁹, encourage l'utilisation des médias sociaux et suggère une politique simple à ce sujet.

Politique simple sur les médias sociaux

Il ne faut pas mentir ou être indiscret; il ne faut pas tricher car on ne peut pas effacer; il ne faut pas voler ou révéler.

Le message franc et direct de cet article est que les mêmes règles et valeurs générales qui s'appliquent au comportement professionnel hors ligne s'appliquent également au comportement en

6 Sunnybrook Health Sciences Centre (2012). *Social Media: Policy and Guidelines for Use*.

7 Réseau universitaire de santé (2011). *Policy and Procedure Manual, Administrative Information Security and Appropriate Use of Technology*.

8 Washington University School of Medicine, St Louis, sept. 2012. Addendum to the Washington University in St. Louis, Social Media Policy.

9 Timimi, F. MD. (2012). *A 12-word Social Media Policy*, Mayo Clinic Center for Social Media.

ligne. La différence est que la plateforme en ligne peut communiquer une erreur à un auditoire beaucoup plus vaste.

Ce principe de base appuie l'idée que les ergothérapeutes devraient élaborer une politique sur l'utilisation des médias sociaux. Connaissez les risques possibles et agissez en conséquence. Les ergothérapeutes peuvent se servir de la politique simple pour formuler leur propre politique sur l'utilisation des médias sociaux.

N'oubliez pas le principe commun : **Pensez avant d'afficher – Réfléchissez avant de cliquer**. Ces lignes directrices fournissent de l'information générale pour les ergothérapeutes qui utilisent les médias sociaux dans leur vie professionnelle et personnelle. En plus de respecter les normes et les lignes directrices de l'Ordre, les références ci-incluses fournissent des conseils additionnels, pertinents et plus détaillés que les ergothérapeutes peuvent utiliser dans le cadre de leur pratique lorsqu'ils se servent des médias sociaux.

Annexe 1

Glossaire¹⁰

Balado – Un balado ou baladeur est une série ou un ensemble de fichiers audio et vidéo qui peuvent être téléchargés pour être lus sur un ordinateur ou sur un lecteur multimédia portatif, un assistant personnel numérique à capacité vidéo et un téléphone mobile à capacité vidéo. Ces fichiers sont partagés en ligne et doivent satisfaire trois critères : ils doivent être épisodiques; ils doivent pouvoir être téléchargés; ils doivent être administrés par un programme, principalement avec un hôte ou un thème.

Blogue – Un site Web qui renferme les propres commentaires, expériences, observations, opinions, etc. d'un rédacteur ou d'un groupe de rédacteurs. Le blogue comprend souvent des images et des liens avec d'autres sites Web similaires.

Conflit d'intérêts – Un tel conflit surgit lorsqu'un ergothérapeute a une relation ou un intérêt qui pourrait être considéré par une personne raisonnable comme influant de façon inappropriée sur son jugement professionnel ou sa capacité d'agir dans les meilleurs intérêts d'un client. Les conflits d'intérêts peuvent être réels, possibles ou perçus. Ils sont souvent liés à des avantages monétaires mais ils peuvent également résulter d'une transgression ou d'une violation des limites, ce qui fait que l'ergothérapeute comble ses propres besoins dans le cadre d'une relation, au détriment d'un client, que ce soit immédiatement ou dans l'avenir.

Forum des utilisateurs – Une tribune de rencontre où des idées et des opinions sur un sujet particulier peuvent être échangées et où des membres discutent de questions selon des sujets définis à l'avance. Chaque discussion permet aux membres de donner leur opinion et les commentaires sont fournis généralement en ordre chronologique inverse. Les membres peuvent également créer des

¹⁰ ICompConsulting (2013). *Pause Before You Post: Social Media Awareness for Regulated Healthcare Professionals*, Inter-College Social Media eLearning Module.

profils d'utilisateur et envoyer des messages privés à d'autres membres (comme dans un réseautage social). Toutefois, un forum des utilisateurs reste centré sur des fils de discussion.

Média social – Des technologies et pratiques numériques qui permettent aux gens d'utiliser, de créer et de partager du contenu, des opinions, des points de vue, des expériences et des perspectives. Les médias sociaux peuvent avoir plusieurs formes, y compris du texte, des images, des fichiers audio ou vidéo ainsi que plusieurs autres types de communications multimédias. Des exemples de médias sociaux populaires comprennent les blogues ainsi que des sites Web de réseautage social comme Facebook, Twitter et YouTube.

Partage de signets – Un site qui permet aux utilisateurs de partager, d'organiser, de rechercher et de gérer des liens menant à des ressources sur le Web. La pratique d'entreposage de signets de pages Web sur un site public est une façon de partager des liens avec d'autres utilisateurs intéressés.

Réseautage social – Le développement de réseaux de contacts professionnels et sociaux; le partage d'information et de services entre des personnes qui ont un intérêt commun.

RSS – Un format qui permet de fournir un contenu qui change régulièrement sur le Web.

Twitter – Un site Web gratuit de réseautage social qui permet aux utilisateurs de faire du microblogage. Il s'agit d'un blogue qui renferme des entrées brèves sur des activités quotidiennes d'une personne ou d'une entreprise.

Wiki – Une partie d'un logiciel serveur et d'un site Web qui permet aux utilisateurs de créer gratuitement du contenu qui peut être rédigé en collaboration, avec n'importe quel navigateur Web. Wiki supporte les hyperliens et a une simple syntaxe textuelle pour créer de nouvelles pages et joindre des liens entre des pages internes. Les wikis vous permettent de créer des sites collaboratifs, d'animer des sites communautaires, de prendre des notes personnelles, d'élaborer des intranets d'entreprise et des systèmes de gestion des connaissances. Les sites Wiki populaires comprennent Wikipédia et Wikia.

Annexe 2

Pourquoi vous devriez naviguer sur le Web incognito¹¹

Condensé d'un article par Marc Saltzman, Toronto Star, le lundi 13 août 2012

L'article de Marc Saltzman, publié dans le *Toronto Star* du lundi 13 août 2012, avise les utilisateurs du Web de faire attention car leurs activités en ligne sont loin d'être privées. Il explique que les séances de navigation sont suivies par des sites Web, des moteurs de recherche et des réseaux sociaux ainsi que, souvent, par le fournisseur de services Internet, le gouvernement et, possiblement, des centaines d'entreprises spécialisées dans cette tâche. Il ajoute que l'utilisateur typique devrait se protéger contre toutes sortes d'utilisateurs malveillants.

¹¹ Utilisé avec la permission de Marc Saltzman, journaliste et auteur à la pige.

Par exemple, Facebook montre des annonces pour divers produits qui tiennent compte des besoins de l'utilisateur, comme une annonce pour votre gym local, parce que grâce à votre adresse de protocole Internet unique à votre ordinateur, qui vous est assignée par votre fournisseur de services Internet, votre emplacement géographique est révélé. M. Saltzman recommande que vous recherchiez et achetiez de nouveaux outils technologiques qui protègent les utilisateurs. Il y a des serveurs mandataires gratuits en ligne qui dissimulent l'identité de l'utilisateur, ou un logiciel pour un réseau privé virtuel qui chiffre vos séances en ligne. Il existe également d'autres logiciels qui défendent l'utilisateur contre la surveillance sur l'Internet pouvant menacer votre liberté personnelle et votre vie privée.

M. Saltzman signale également que certains sites de médias sociaux ont récemment adopté des mesures qui interdisent aux services de recueillir de l'information sur les utilisateurs. Il y a également un certain nombre d'outils sur le marché qui empêchent le suivi de votre information ainsi que de nouveaux plugiciels.

Annexe 3

Activités en ligne des ergothérapeutes

Ce tableau, élaboré initialement pour les médecins sous le titre de *Online Physician Activities: Benefits, Pitfalls, and Recommended Safeguard in the United States*, a été adapté pour les ergothérapeutes qui se servent des médias sociaux.¹²

Activité	Bienfaits possibles	Pièges possibles	Mesures de sécurité recommandées
----------	---------------------	------------------	----------------------------------

¹² Jeanne M. Farnan, MD, et al. (2013). Position Paper of the American College of Physicians. *Online Medical Professionalism Patient and Public Relationships: Policy Statement from the American College of Physicians and the Federation of State Medical Boards*, *Annals of Internal Medicine*. 158(8) : 620-627

<p>Communications avec des clients en se servant de messages textes et de messagerie instantanée</p>	<p>Accessibilité accrue</p> <p>Réponse immédiate à des questions non urgentes</p>	<p>Problèmes de confidentialité</p> <p>Remplacent les interactions en personne ou par téléphone</p> <p>Ambiguïté ou mauvaise interprétation des interactions numériques</p>	<p>Établir des lignes directrices pour les types de problèmes pouvant être traités dans des communications numériques</p> <p>Réserver les communications numériques pour les clients qui font ensuite l'objet d'un suivi en personne</p> <p>Consulter les <i>Normes de tenue des dossiers</i> de l'Ordre</p>
<p>Utilisation par les clients de ressources éducatives et autre information en ligne</p>	<p>Habilitation des clients par l'auto-apprentissage</p> <p>Ressources supplémentaires pour les milieux peu fournis</p>	<p>Matériel non revu par les pairs peut fournir de l'information incorrecte</p> <p>Sites frauduleux pour certains clients qui peuvent mal interpréter les thérapies et résultats</p>	<p>Vérifier l'exactitude de l'information</p> <p>Acheminer les clients seulement vers les sources et sites accrédités</p>
<p>Production de blogues et de microblogues, et affichage de commentaires d'autres personnes par des ergothérapeutes</p>	<p>Défense des droits et amélioration de la santé publique</p> <p>Introduction de l'opinion thérapeutique dans ces conversations</p>	<p>Contenu négatif en ligne, comme des plaintes qui peuvent dénigrer des clients, collègues ou employeurs</p>	<p>« Pensez avant d'afficher »</p> <p>Songer au contenu et au message convié sur l'ergothérapeute et sa profession</p>

<p>Affichage par un ergothérapeute de son information personnelle sur des sites publics de médias sociaux</p>	<p>Réseautage et communications</p>	<p>Confusion des limites professionnelles et personnelles</p> <p>Répercussion sur la représentation de l'ergothérapeute et de sa profession</p>	<p>Maintenir des profils séparés pour les communications personnelles et professionnelles dans les médias sociaux en ligne</p> <p>Bien examiner le matériel disponible pour le public</p>
<p>Utilisation de moyens numériques par des ergothérapeutes pour communiquer avec des collègues concernant les soins de clients</p>	<p>Communication facile avec des collègues</p>	<p>Problèmes de confidentialité</p> <p>Réseaux non sécurisés et accessibilité de renseignements protégés sur la santé</p>	<p>Mettre en œuvre des solutions technologiques pour sécuriser les messages et le partage de renseignements sur la santé</p> <p>Suivre les pratiques et politiques institutionnelles pour l'accès mobile et à distance de renseignements protégés sur la santé</p>

Annexe 4

Pratiques optimales : Dix éléments clés d'une bonne politique sur l'utilisation des médias sociaux, par Russell Herder et Ethos Business Law¹³

Voici les dix éléments clés d'une bonne politique sur l'utilisation des médias sociaux formulée par Russell Herder qui aideront les ergothérapeutes qui se servent des médias sociaux dans le cadre de leur pratique. Les ergothérapeutes voudront peut-être élaborer leur propre politique sur l'utilisation des

¹³ *Ten Key Elements of a Good Social Media Policy* par Russell Herder et Ethos Business Law. (2009). Social Media: Embracing the Opportunities, Averting the Risks. Information trouvée en ligne.

médias sociaux pour eux-mêmes et leurs employés. Ces dix éléments clés se conforment aux normes d'exercice et lignes directrices de l'Ordre.

1. Philosophie globale
2. Honnêteté et respect
3. Confidentialité et information exclusive
4. Identité en ligne
5. Mettre l'accent sur le rendement au travail
6. Éviter les conflits d'intérêts
7. Inclure un avis de non-responsabilité
8. Surveillance
9. Application universelle
10. Autres politiques

Références juridiques et de l'Ordre

Références juridiques

Loi de 1991 sur les ergothérapeutes

Loi de 1991 sur les professions de la santé réglementées

Loi de 2004 sur la protection des renseignements personnels sur la santé

Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée (1990)

Loi sur l'accès à l'information municipale et la protection de la vie privée (1990)

Références de l'Ordre

Code de déontologie, 2012

Normes de consentement, 2008

Normes de tenue des dossiers, 2008

Normes sur la prévention et la gestion des conflits d'intérêts, 2012

Normes sur les limites professionnelles, 2009

Règlement général, Règlement officiel, Partie V : Publicité, 2001

Références bibliographiques

1. Central Office of Information. (2009). *Engaging Through Social Media: A Guide for Civil Servants*. Disponible à : http://coi.gov.uk/documents/Engaging_through_social_media.pdf.
2. Farnan, Jeanne M., MD, et al. (2013). Position Paper of the American College of Physicians. *Online Medical Professionalism, Patient and Public Relationships: Policy Statement from the American College of Physicians and the Federation of State Medical Boards*, *Annals of Internal Medicine*. 158(8) : 620-627.
3. Herder, Russell. (2009). *Ten Key Elements of a Good Social Media Policy*. Ethos Business Law. *Social Media: Embracing the Opportunities, Averting the Risks*.

4. ICompConsulting. (2013). *Pause Before You Post: Social Media Awareness for Regulated Healthcare Professionals*, Inter-College Social Media eLearning Module.
5. *Pause Before you Post: Social Media Awareness for Regulated Health Professionals*, site Web de l'OEO (2013).
6. Pfizer's *Policies on Business Conduct*, (The Blue Book). (2012). *Comprend : Corporate Policy*, 407, on Social Media.
7. *Recommandation professionnelle sur l'utilisation de moyens de communication électroniques et des médias sociaux*. (2011). Ordre des enseignantes et des enseignants de l'Ontario.
8. Réseau universitaire de santé. (2011). *Policy and Procedure Manual, Administrative Information Security and Appropriate Use of Technology*.
9. Saltzman, Marc. (2012). *Why You Should Surf the Web Incognito*. Toronto Star. Utilisé avec la permission de Marc Saltzman, journaliste à la pige, auteur et expert-conseil spécialisé en électronique grand public, ordinateurs, tendances Internet, technologie et divertissements interactifs.
10. Sunnybrook Health Sciences Centre. (2012). *Social Media: Policy and Guidelines for Use*.
11. Timimi, F. MD. (2012). *A 12-word Social Media Policy*, Mayo Clinic Center for Social Media.
12. Washington University School of Medicine, St Louis. (Sept. 2012). Addendum to the Washington University in St. Louis, *Social Media Policy*.

Ressources

Les ressources suivantes fournissent de l'information pertinente aux ergothérapeutes sur l'utilisation des médias sociaux :

Change Foundation. (2011). *Using Social Media to Improve Healthcare Quality: A Guide to Current Practice and Future Promise*. Disponible à : <http://www.changefoundation.ca/docs.socialmediatoolkit.pdf>.

Davis, M. et A. Stark. Éditeurs. (2001). *Conflict of Interest in the Professions*.

Professionalism: Social Media Outreach. (2012). CMAJ, 184 (11).

Sutter Health. (2011). *Social Media Tip Sheet for Sutter Health Network Employees*.

Symplur, LLC. (2012). *Connecting the Dots in Healthcare Social Media*.

Remerciements

L'Ordre est très reconnaissant de la contribution d'étudiantes en ergothérapie qui font un stage avec l'Ordre pour l'élaboration de ces lignes directrices. Ces étudiantes sont Leanne Fernandez, Jennifer Sommers, Lily Wainer et Jessica Yu. Un gros merci!

20, rue Bay, bureau 900, C.P. 78, Toronto ON M5J 2N8
Tél. : 416 214-1177 • 1 800 890-6570 Téléc. : 416 214-1173
www.coto.org