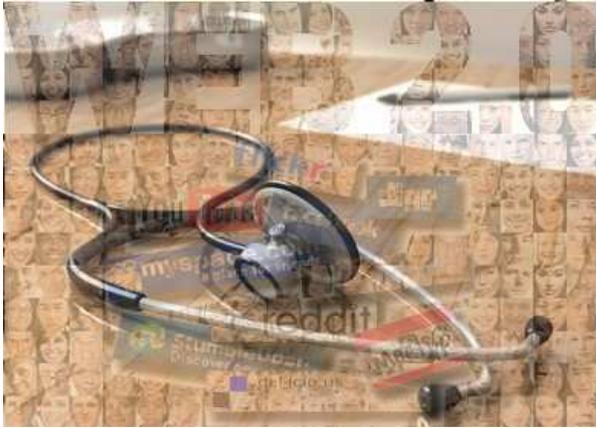


Médias sociaux et médecins sont-ils incompatibles ?

Si certaines règles basiques sont respectées, il n'y a pas de raison pour que les médecins soient un cas à part de l'utilisation professionnelle des médias sociaux, au contraire.



La question est souvent posée, les médias sociaux sont-ils incompatibles avec l'exercice de la médecine ? Faussent-ils la relation médecin-patient ? Internet a bouleversé, depuis une dizaine d'années c'est indéniable, la pratique médicale. Les sites médicaux connaissent un succès croissant et l'on répertorie plus de 150 millions de pages santé - plus ou moins bien faites selon les cas - sur la toile. Avant l'éclosion de la bulle internet, la relation médecin-patient se passait dans un sens, le médecin était celui qui savait, qui posait un diagnostic et qui prestait un acte médical; le patient se contentait de "subir". Désormais, via internet, le patient se

renseigne, s'informe, pose de questions sur des plateformes d'échanges de patients, partage des informations sur sa pathologie et son traitement. Clairement, il devient acteur de sa santé. Selon Denise Silber, Fondatrice de Basil Stratégies, une société de conseil en e-santé, quelque 70% des internautes recherchent de l'information à caractère médical. Aujourd'hui, le patient consomme de la santé et, dès lors, il pose des actes de consommateur, il se renseigne, compare et recherche avant de consommer. Les réseaux sociaux règnent en maîtres sur le net, faut-il encore rappeler les chiffres : plus de 800 millions d'utilisateurs pour Facebook (dont 4 millions en Belgique), 460.000 créations de comptes Twitter chaque jour dans le monde, 70 millions de membres LinkedIn, deux milliards de vidéos vues sur YouTube chaque jour... Il s'échange quantité impressionnante d'informations liées à la santé ou aux soins médicaux par le biais des médias sociaux, que ce soient les réseaux, les blogs, les wikis, les chaînes de partages d'images ou d'autres encore. Les médias sociaux influent fortement sur les comportements de consommation, y compris dans le secteur de la santé. Mais en plus d'être consommateur, le patient devient aussi par le biais des médias sociaux, prescripteur. En effet, dans le grand cercle des réseaux sociaux, il est tantôt chercheur d'infos, tantôt donneur d'infos. Ces échanges d'informations, cette facilité de trouver de l'information et cette interaction qui existent entre les internautes influent forcément sur le patient et donc, forcément, sur le médecin. La relation médecin-patient est entrée, qu'on le veuille ou non, dans l'ère 2.0 !

Si les patients sont de plus en plus informés (bien ou mal informés, c'est un autre débat), les médecins sont eux aussi de plus en plus présents sur les réseaux sociaux. Une enquête française menée en 2009(1) montre que 73% des médecins ont un profil Facebook. Parmi eux, 99% utilisent ce profil en nom propre et 91% ont mis une photo d'eux pour illustrer leur profil... Cela signifie donc qu'ils sont clairement identifiables sur ce réseau social. Pourquoi ne le seraient-ils d'ailleurs pas ? Avant d'être des médecins, ce sont surtout des êtres humains qui ont une vie, des envies et des relations sociales. "Il est illusoire, voire stupide de dire qu'un médecin par principe de doit pas être sur Facebook" déclare d'ailleurs le Dr Ghassan Moubarak(2), coordinateur de l'enquête, lorsqu'on l'interroge sur le bien-fondé de l'utilisation du plus célèbre des réseaux sociaux par les médecins. Je partage cette idée mais il y a certainement des règles basiques à respecter ; pas plus que dans la "vraie" vie, un médecin ne peut faire n'importe quoi sur les réseaux sociaux. Il est, évidemment, prohibé d'évoquer des cas concrets ni de donner des consultations on line mais, en définitive, il n'y a pas de raisons pour qu'un médecin ne se serve pas des médias sociaux. Il y a, me semble-t-il, trois stratégies possibles pour le médecin :

1° **Il peut faire des médias sociaux un espace uniquement personnel** : dans ce cas concret, c'est la personne sociale qui prend le pas sur le praticien. Il utilise Facebook, Twitter ou YouTube comme le miroir de sa vie privée en y diffusant de l'information qui n'a rien de médical, qui n'a rien à voir avec sa pratique professionnelle.

2° **Il peut utiliser les médias sociaux comme un espace uniquement professionnel** : afin d'y publier des informations ou des conseils médicaux d'ordre général, d'y diffuser des informations pratiques (heures de consultations, coordonnées du cabinet,...), d'y partager des références ou de

liens opportuns, d'y faire de l'éducation à la santé. Cet aspect est intéressant car il permet de canaliser les patients ou les internautes vers une source d'informations. Sur les quelque 150 millions de pages santé déjà évoquées une frange importante contient de l'information médicale erronée voire dangereuse; dès lors comme il est acquis que l'internaute est demandeur d'information médicale, autant l'amener vers des sources fiables. Qui mieux que le médecin peut être le garant de la fiabilité d'informations médicales ? Les médias sociaux permettent cette forme de canalisation s'ils sont associés à d'autres outils comme la curation de contenus, par exemple. En tant que professionnel de la communication, cette forme d'utilisation des médias sociaux par les médecins m'apparaît justifiée et même recommandable. Il faut, par contre, totalement prohiber toute information qui porterait atteinte à la confidentialité ou au secret médical, c'est une évidence.

3° Il **peut utiliser les médias sociaux comme un mix de sa vie personnelle et de sa vie professionnelle** : cette ultime stratégie est la moins recommandée des trois. L'amalgame entre les deux sphères est probablement la plus dangereuse des stratégies. Comme un médecin n'inviterait pas un patient à dîner chez lui pour parler de son traitement lui permettant ainsi de pénétrer son intimité en recevant une consultation, il ne mélangera pas vie privée et vie professionnelle sur le net. Il s'agit finalement de maintenir sur les médias sociaux la même distance qu'il y a dans la vie réelle.

Reste une question qui revient souvent : un médecin peut-il accepter ses patients comme amis ? Et pourquoi pas serais-je tenté de répondre. A partir du moment où le médecin a défini les objectifs de sa présence sur les médias sociaux c'est encore à lui de choisir qui il acceptera dans ses relations virtuelles ou même s'il présentera un profil ouvert (librement consultable même par les non-amis) ou fermé (accessible au seuls amis). S'il oriente sa présence sur les réseaux de façon professionnelle selon la stratégie 2 développée ci-dessus, il est même recommandé, en tant qu'acteur de la santé, qu'il ouvre son réseau à ses patients qui partageront alors son information, qui la viraliseront afin de lui donner de l'écho. Mais cela reste au médecin de choisir. L'enquête du Docteur Moubarak(1) nous apprend à ce propos que 85% des médecins qui sont sur Facebook n'ouvriraient pas leur page à leurs patients tandis que 15% le feraient au cas par cas... Pour certains, comme le Docteur Farris Timimi, Cardiologue dans le Minnesota, une relation médecin-patient 2.0 peut aider le médecin à mieux comprendre son patient par une écoute (une lecture en l'occurrence) différente et la prise en compte de certains éléments non-médicaux révélés par son profil ou ses statuts. Il se développe d'ailleurs de plus en plus de formations aux médias sociaux à l'attention des médecins afin qu'ils appréhendent au mieux cet outil de communication désormais incontournable.

En définitive, il est indéniable que l'internet est devenu un outil indispensable aux médecins pour l'exercice de leur pratique professionnelle. Que ce soit pour la correspondance médicale, pour de la formation continue ou même pour contribuer à de la [collaboration en ligne](#) à caractère médical. Mais l'utilisation du net évolue sans cesse, le temps des sites internet est révolu, nous sommes à l'ère 2.0, celle d'un web simple, de partage et d'interactivité. Se priver des médias sociaux est, pour un médecin comme pour tout professionnel, une erreur stratégique au vu de l'audience potentielle que cela représente. Les médias sociaux sont développeurs de notoriété et donc fondamentaux dans tout secteur concurrentiel. La médecine n'échappe pas à la règle... Il s'agit simplement de cadrer clairement l'utilisation que l'on fera de ces "nouveaux" médias !

(1) enquête menée en 2009 par l'équipe du Dr Ghassan Moubarak, Cardiologue à l'Hôpital Saint-Joseph de Paris auprès de 405 chefs de cliniques et internes français et relayée à l'époque par le Journal of Medical Ethics.

(2) *Facebook, contre-indiqué pour les médecins ?* par TF1News, on lci.tf1.fr, 16 décembre 2010.

Olivier Moch
© Communication, juin 2012