

Les défis de l'information en ligne pour les chirurgiens

Des patients me disent régulièrement qu'ils ont vérifié en ligne mes titres de compétence — un des nombreux moyens que les adultes utilisent pour chercher sur l'Internet de l'information au sujet de la santé en général, de certaines maladies et traitements, du rendement des hôpitaux et des fournisseurs d'assurance. Ce numéro du *Journal canadien de chirurgie* et le prochain présentent des articles traitant de l'information en ligne sur la santé^{1,2}; ils donnent un aperçu de la quantité, la qualité et la lisibilité de l'information sur laquelle se fondent les patients pour prendre des décisions. Les auteurs mettent les chirurgiens au défi de considérer les sites web sur la santé comme un moyen possible d'établir des partenariats utiles avec des patients. Ces données qui proviennent de centres du Canada¹ et du Royaume-Uni² sont complétées par des données récentes selon lesquelles 80 % des adultes qui naviguent sur l'Internet aux États-Unis cherchent de l'information sur la santé³. Contrairement à l'hypothèse selon laquelle seuls les jeunes adultes effectuent des recherches en ligne, tous les groupes d'âge étaient bien représentés. Ainsi, les patients qui ont accès à Internet sont de plus en plus susceptibles de chercher de l'information qui fait autorité sur les soins chirurgicaux afin d'en discuter avec leur chirurgien.

Les réseaux sociaux en ligne ne manqueront pas de propulser la discussion encore plus loin. Les médias sociaux comme Facebook, Twitter et YouTube sont devenus des outils généraux de communication bidirectionnelle. Le réseautage social se propage rapidement dans tous les groupes d'âge et les jeunes adultes sont les chefs de file de ce mouvement. Les sites web des médias sociaux sont accessibles et abordables et il est possible d'y consulter l'information en langage clair. On a constaté récemment que les médias sociaux avaient le pouvoir d'entraîner des changements lorsque la population est intervenue massivement pour mettre au défi les dirigeants politiques d'imposer publiquement des sanctions aux émeutiers de la Coupe Stanley à Vancouver (C.-B.). Dans le domaine de la santé, beaucoup d'hôpitaux ont des comptes de réseautage social et des microblogues afin de permettre au public de communiquer avec les fournisseurs de soins. Presque toutes les facultés de médecine sont présentes dans les médias sociaux et on trouve des liens avec des réseaux sociaux qui offrent en ligne des évaluations de médecins et de professeurs de médecine. Les Instituts de recherche en santé du Canada (IRSC) mettent en contact de jeunes Canadiens et des chercheurs en santé dans le cadre de leur programme Synapse — Connexion jeunesse IRSC. Le site web de l'Association canadienne des chirurgiens généraux héberge un service de réseautage professionnel en ligne avec son site Wiki Chirurgie.

Les chirurgiens ne peuvent laisser passer la vague massive et croissante d'information en ligne et la présence des médias sociaux. Les partisans d'une présence accrue des médecins dans les médias sociaux soutiennent que c'est là une occasion d'améliorer les communications avec les patients et de transcender des partenariats qui améliorent les résultats pour la santé. Les chirurgiens peuvent tout au moins vérifier leur propre présence en ligne pour déterminer si leurs compétences y sont décrites fidèlement. Le réseautage social peut avoir des dimensions

négatives comme la perte de confidentialité pour les patients, le brouillage des frontières entre le réseautage personnel et professionnel, la conduite antiprofessionnelle, l'information non fiable et les contraintes de temps qui limitent le dialogue efficace. L'American Medical Association a approuvé récemment des lignes directrices éthiques pour encourager les médecins à utiliser les médias sociaux⁴ en proposant plusieurs recommandations utiles, y compris des normes sur la protection de la vie privée et la confidentialité, l'usage de contextes appropriés pour protéger les renseignements personnels, l'autosurveillance de sa présence en ligne pour en assurer l'exactitude, le maintien des frontières entre les médias sociaux personnels et professionnels, l'autoréglementation des normes sur l'étiquette en ligne et la conscience de l'impact des médias sociaux sur la confiance du public. Une publication récente de la Massachusetts Medical Society présentait un résumé réfléchi des meilleures pratiques à l'intention des médecins qui utilisent les médias sociaux professionnellement⁵.

L'information sur la santé offerte au public en ligne se présente sous de nombreuses formes. Les chirurgiens doivent être conscients des possibilités que ces médias offrent à leurs patients. Il faudrait diffuser largement des lignes directrices sur l'utilisation des médias sociaux à des fins professionnelles, et les programmes de formation médicale continue devraient apprendre aux chirurgiens et à leurs stagiaires comment exploiter les possibilités qu'offrent les médias sociaux pour améliorer le dialogue avec le public. Sinon, les chirurgiens pourraient se trouver marginalisés par leur ignorance du « gazouillis » d'information qui circule à l'extérieur de leur salle d'opération.

Garth L. Warnock, MD

Co-rédacteur, *Journal canadien de chirurgie*

Intérêts concurrents : Aucuns déclarés.

Références

1. Downing MA, Omar AH, Sabri E, et al. Information on the Internet for asplenic patients: a systematic review. *Can J Surg* 2011;34:232-6.
2. Sajid MS, Shakir AJ, Baig MK. Information on the Internet about colorectal cancer: patient attitude and potential toward Web browsing. A prospective observational study. *Can J Surg* 2011. Sous presse.
3. Fox S. *The social life of health information*. Washinton (DC): Pew Research Centre Internet and American Life Project; 2011. Disponible à <http://pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info.aspx> (consulté le 8 juillet 2011).
4. American Medical Association. *AMA policy: professionalism in the use of social media*. Chicago (IL): The Association; 2010. Disponible à www.ama-assn.org/ama/pub/meeting/professionalism-social-media.shtml (consulté le 8 juillet 2011).
5. Massachusetts Medical Society. *Social media guidelines for physicians*. Waltham (MA): The Society; 2011. Disponible à www.massmed.org/AM/Template.cfm?Section=Legal_and_Regulatory&TEMPLATE=/CM/ContentDisplay.cfm&CONTENTID=55126 (consulté le 8 juillet 2011).

DOI: 10.1503/cjs.020711