Revues générales

Réseaux sociaux et déontologie

RÉSUMÉ : Internet est un média incontournable aujourd'hui. Les médecins doivent se l'approprier et assurer leur présence en ligne, tout en respectant le Code de déontologie. Sites, blogs, réseaux sociaux, il est nécessaire de les connaître. En cas de commentaires malveillants, il faut apprendre à se défendre et à utiliser les ressources du droit, mais surtout celles du web lui-même.

J. ROSSANT-LUMBROSO
Présidente du Conseil de l'Ordre des Alpes-Maritimes.

En fait, cet article aurait dû s'intituler : les ophtalmologistes et le web. Car notre sujet, c'est bien la présence des médecins en général et des ophtalmologistes en particulier sur internet. Nous allons essayer de répondre à quelques-unes des questions que vous vous posez peut-être, par exemple : a-t-on le droit, quand on est médecin, d'être sur internet ? d'avoir un site ? un blog ? d'être sur les réseaux sociaux ? Et d'ailleurs, qu'est-ce que ça veut dire ? Et aussi : que faire si on a de mauvais avis sur Google ou ailleurs ?

La présence du médecin en ligne

Oui, le monde médical a été révolutionné par l'avènement d'une société numérique. Mais pas seulement le monde médical, l'ensemble de la société. Or, Hippocrate, déjà, recommandait aux médecins d'observer l'homme dans son environnement pour lui venir en aide, lui porter les secours de la médecine, restaurer sa santé. "*L'art de la médecine se compose de trois termes : la maladie, le malade et le médecin. Le médecin est le desservant de l'art. Le malade doit s'opposer à la maladie avec l'aide du médecin.*" Nos patients vivent dans cette société numérique, comme nous. À nous de nous y adapter.

Le médecin est confronté à un changement majeur dans la relation médecin/patient : le modèle descendant de la relation médecin/patient, comportant un médecin sachant et un patient confiant, a évolué vers une relation différente dans laquelle les patients ont acquis leur autonomie et sont devenus des acteurs de santé incontournables et actifs dans l'évolution de nos connaissances. Les associations de patients ont ainsi joué un rôle déterminant dans la prise en charge accélérée de certaines pathologies. Le médecin n'a pas à se sentir menacé par cette nouvelle autonomie des patients car son expérience et ses connaissances sont irremplaçables, de même que sa technicité et son empathie.

L'Ordre des médecins est tellement persuadé des bénéfices de ces échanges qu'il demande depuis plusieurs années à la puissance publique de soutenir l'émergence du "Service public gratuit d'informations en santé" prévu par la loi, en y associant les productions des sociétés scientifiques et la libre expression critique du *patient empowerment* et des blogs médicaux, sous réserve d'une charte éditoriale à construire avec toutes les parties prenantes.

Bien entendu, le patient lui-même a changé, il est devenu (parfois, pas toujours) un e-patient, un patient expert :
– les patients et leurs associations sont en capacité d'émettre sur les réseaux sociaux des "signaux sanitaires" qu'il nous faut apprendre à détecter et à interpréter, ne serait-ce que pour éviter de

Revues générales

grandes catastrophes liées aux effets secondaires de certains médicaments ;
– les patients peuvent s'intégrer à la chaîne de soins en devenant des "patients accompagnateurs" et des "patients formateurs" dans les facultés de médecine ;
– les patients peuvent devenir des acteurs de la recherche médicale en transformant leurs connaissances, *a priori* profanes, en éléments de recherche et de mise en place des essais cliniques.

Les nouveaux patients, connectés et informés, nous obligent à revoir notre manière d'échanger avec eux. Mais cette évolution peut être très bénéfique pour le patient, le médecin, et la relation entre eux, sous réserve d'une bonne maîtrise des outils.

>>> Revenons à nos questions du début :
– A-t-on le droit quand on est médecin d'être sur internet ? Oui. Non seulement on en a le droit, mais l'Ordre des médecins le recommande…
– D'avoir un site ? Oui mais…
– Un blog ? Oui mais…
– D'être sur les réseaux sociaux ? Et d'ailleurs, qu'est-ce que ça veut dire ? Oui mais…

Précisons les "oui mais" : le médecin a le droit d'être présent sur le web, le droit de faire de l'information sur son site, son blog. Mais il n'a pas le droit de faire de la publicité, ni de divulguer de fausses informations.

>>> Les réseaux sociaux : ce sont des plateformes d'échanges entre internautes, soit en leur nom propre, soit sous le couvert d'un pseudonyme. La manière d'échanger diffère selon le réseau. Sur Facebook, on a une page, un mur sur lequel on écrit et publie des informations. Sur Twitter, on s'exprime (en 240 caractères), on répond, on échange. LinkedIn est un réseau plus professionnel. Instagram permet l'échange de photos ou vidéos de manière instantanée. Et il y en a beaucoup d'autres… Certains sont utilisables par tous, d'autres sont professionnels.

Échanger des idées, des informations, entre médecins mais aussi avec des patients : des pratiques qui s'autocontrôlent, mais pas toujours. Pour les médecins, attention au secret professionnel, à ne pas divulguer des informations non validées, à ne pas faire de publicité. Mais à côté de ces interdits, Twitter permet aussi des échanges fructueux entre médecins, de bénéficier de l'expertise ou de l'avis d'un confrère d'une autre spécialité, d'apprendre et d'enseigner, de conseiller…

Cette présence sur les réseaux sociaux, loin d'être interdite par le Conseil de l'Ordre, est même encouragée, sous réserve de respecter les règles du Code de déontologie : pas de publicité, pas de racolage, mais une information validée.

Comment gérer sa e-réputation ? Comment réagir à un avis négatif sur Google ou ailleurs sur le net ?

"*L'e-réputation d'une personne ne résulte pas de son seul libre arbitre, de sa responsabilité et de son activité sur la Toile. Elle tient aussi à des interférences avec les autres internautes qui ciblent la personne, la caricaturent, la citent, la photographient, la commentent.*"

L'un des problèmes réside dans le fait que les professionnels de santé ne maîtrisent pas les réseaux sociaux : des commentaires élogieux qu'ils n'ont pas recherchés pourraient nourrir une faute déontologique pour publicité, des commentaires critiques nuisent à sa réputation et il est difficile de les contrer.

1. Les protections à mettre en place

Le praticien doit contrôler dans la mesure du possible les éléments le concernant en occupant l'espace numérique. Il a également la possibilité de faire appel à une société spécialisée qui gèrerait la suppression de commentaires nuisibles.

Un médecin peut s'opposer à ce que les données le concernant soient diffusées, transmises ou conservées. Le médecin qui ne veut plus qu'un site internet diffuse des données le concernant doit adresser directement au responsable du site une demande de suppression de ces données. Le responsable doit lui répondre dans un délai maximum de 2 mois. Concrètement, vous pouvez vous référer au site www.cnil.fr/fr/le-droit-dopposition. Passé ce délai, en l'absence de réponse ou si la réponse n'est pas satisfaisante, le médecin peut demander l'intervention de la Cnil.

Il peut également saisir un moteur de recherche d'une demande de déréférencement d'une page web associée à ses nom et prénom. Le droit au déréférencement permet de demander à un moteur de recherche de supprimer certains résultats de recherche associés au nom et prénom (www.cnil.fr/fr/le-droit-au-dereferencement).

2. Comment faire en pratique ?

>>> Évaluer régulièrement votre e-réputation et surveiller ce qui se dit sur vous

Cela prend une minute, à faire une ou deux fois par mois : tapez votre nom et quelques mots-clefs dans les moteurs de recherche pour contrôler d'éventuelles nouveautés, de nouveaux résultats, des contenus de blog, etc. Si vous constatez quoi que ce soit d'anormal, plus vous réagirez tard, plus la correction sera compliquée à obtenir et plus les effets auront été négatifs dans le temps.

Vous pouvez aussi vous créer une alerte automatique *via* Google, vous serez notifié de tout nouveau résultat. Il faut disposer d'un compte Google (donc d'une adresse Gmail), qui de toute façon vous sera utile pour contrôler votre réputation. Allez sur Google MyBusiness et connectez-vous sur : www.google.fr/alerts. Ensuite, tapez les mots-clefs qui vous intéressent et laissez-vous guider !

>>> Maximiser sa visibilité sur le net

Les patients utilisent le web pour se renseigner ou trouver un médecin et ça n'est pas près de changer. Il faut donc proposer aux patients les résultats de recherche dont ils ont besoin et les éditer soi-même, plutôt que de laisser d'autres le faire pour soi.

Le web est un espace immense qui peut parfois paraître hors de contrôle. Entre les annuaires, les blogs, les articles, on peut avoir l'impression d'une avalanche incontrôlable, mais seuls sont pris en considération les 3 ou 4 premiers résultats des recherches. Il faut donc faire un travail initial de prise en main de sa visibilité sur internet : ayez un site web ! Prenez le contrôle de votre page Google MyBusiness ! Corrigez les informations erronées !

>>> Comment réagir à un avis sur internet, en particulier sur Google ?

Trois options se présentent à vous :

- ***Le commentaire est élogieux*** : tant mieux ! Vous pouvez tout à fait le commenter pour remercier son auteur mais ce n'est pas forcément nécessaire, il parle de lui-même.

- ***Le commentaire est négatif*** mais pas véritablement infondé : il ne tombe pas sous le coup des règles d'infraction Google mais n'en reste pas moins désagréable et négatif pour votre e-réputation. Dans ce cas, une seule solution, il faut y répondre !

- ***Le commentaire est négatif et infondé ou diffamatoire*** : vous pouvez essayer de le faire supprimer par Google. Pour ce faire, il faut qu'il soit injurieux, hors sujet, en conflit d'intérêt ou incitant à la haine ou à la violence. Vous pouvez en particulier utiliser cette méthode si l'internaute évoque des actes médicaux qu'il ne maîtrise pas lui-même, sur lequel il n'est pas qualifié pour avoir un avis. Google fait souvent passer l'internaute en priorité dans le cadre d'un "accrochage". Pour faire supprimer ce commentaire, il vous faut être connecté à votre compte et cliquer sur le petit drapeau noir à côté du commentaire, puis de remplir un formulaire. Ensuite, vous n'avez qu'à espérer que la politique de modération de Google soit conforme à votre demande. À noter que cette suppression peut prendre plusieurs jours.

>>> Pour répondre aux avis, quelques bonnes pratiques

Ne répondez jamais sous le coup de la colère. Il vaut mieux prendre le temps et répondre un peu plus tard, une fois l'exaspération légitime passée.

Proposez à l'internaute d'en parler directement par mail. Vous montrez ainsi une oreille attentive à la critique et évitez un échange discourtois en public. Par ailleurs, si le problème se règle de la sorte, vous pourrez aussi demander à l'internaute de retirer son commentaire par la suite.

Apportez des réponses que l'internaute ne maîtrise pas pour justifier un avis infondé. C'est vous le médecin. L'internaute suivant qui lira l'échange aura plus tendance à faire confiance à votre réponse "scientifique" qu'à un avis de patient qui n'y connait rien.

Acceptez la critique, en particulier si l'on parle de retard, d'une impression d'attention insuffisante lors d'une consultation ou encore d'un échange vif. Sans vous excusez, dites que vous pouvez éventuellement comprendre l'avis, que vous vous engagez à faire de votre mieux pour que cela ne se reproduise pas mais que cela ne relève pas 100 % de vous.

Utilisez l'humour pour désamorcer la tension ! Un peu d'autodérision vous mettra les lecteurs dans la poche et disqualifiera une réaction visiblement outrancière.

Sachez que seuls les quatre premiers verbatims apparaissent sur la page, vous pouvez donc essayer de faire en sorte que vos patients les plus fidèles fassent part de leur satisfaction et fassent ainsi baisser la visibilité d'un mauvais commentaire. Attention, faites aussi en sorte que ce ne soit pas trop visible, quatre commentaires à la suite datés du même jour par toute votre famille, ça se remarque…

Les médecins sont souvent blessés par les remarques de quelques patients parfois de mauvaise foi, alors qu'ils soignent des centaines de patients chaque mois avec courage et dévouement. Le monde des internautes est cruel mais, encore une fois, le déni ne peut rien apporter et vous n'avez pas vraiment d'autre choix que de jouer le jeu.

Aujourd'hui, plusieurs assureurs incluent dans leurs garanties la prise en charge d'une atteinte à la e-réputation (UNIM par exemple).

POUR EN SAVOIR PLUS

- Conseil national de l'Ordre des médecins. Santé connectée : le livre blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, janvier 2015.
- Conseil national de l'Ordre des médecins. Le médecin dans la société de l'information et de la communication, septembre 2016.
- Conseil national de l'Ordre des médecins. Médecins et patients dans le monde des data, des algorithmes et de l'intelligence artificielle, janvier 2018.
- blog.mondocteur.fr
- ophtalmoclic.fr
- Sur Facebook :
  - Ophtalmo news : un espace d'échange sur les actualités en ophtalmologie médicale, chirurgicale ou industrielle et d'information sur les rencontres ;
  - E-ophtalmo : société de e-santé qui propose une solution complète et sécurisée de télémédecine spécialisée en ophtalmologie ;
  - Ophtalmo.TV : la première webTV franco-phone dédiée à l'ophtalmologie, facile, pratique, pédagogique !

L'auteure a déclaré ne pas avoir de conflits d'intérêts concernant les données publiées dans cet article.