

Document publié par l'ASPPB le 9 octobre 2020, traduit de l'anglais par l'Ordre des psychologues du Québec avec autorisation. Ce document a été préparé dans un contexte de pratique de la profession de psychologue au Canada et aux États-Unis, le psychologue qui s'y réfère doit faire les adaptations nécessaires en fonction du contexte législatif québécois.

Directives de l'ASPPB sur l'utilisation des médias sociaux

Ces *Directives* sur les médias sociaux ont été élaborées pour être utilisées par les organismes de réglementation de la psychologie dans leurs efforts pour s'assurer que leurs publics soient bien servis et pour donner des orientations à la profession lors de l'utilisation des médias sociaux, et pour les informer des attentes réglementaires concernant cette utilisation. Il est important de souligner que le mandat de la réglementation de la psychologie est la protection du public, et ces directives reflètent cet objectif et cette réalité. Lorsqu'ils utilisent les médias sociaux, les membres de la profession sont appelés à tenir compte de leurs responsabilités éthiques et professionnelles et du contexte dans lequel les médias sociaux sont utilisés, puis à utiliser leur jugement professionnel en conséquence.

Il est essentiel d'examiner la pertinence de toute modalité utilisée dans la prestation de services ou dans la communication professionnelle par rapport au client à servir. Comme pour tout type de modalité de prestation de services ou communication, supposer que les médias sociaux puissent être utilisés avec tous les clients serait une erreur de jugement. La prise en compte de facteurs individuels tels que la culture, la langue, l'accès à la technologie, le confort du client et sa compétence avec la technologie, les besoins en matière de services, ainsi que la compétence du professionnel dans l'utilisation de la modalité, sont tous importants.

Bien que cela dépasse le cadre des responsabilités du groupe de travail, un corollaire important à la question de la pertinence de la modalité est celui de l'accès équitable aux services psychologiques. Il est important de reconnaître et d'admettre que l'accès aux téléservices et/ou aux médias sociaux peut ne pas être possible pour tous, en particulier pour les membres de groupes à faible revenu, minoritaires ou marginalisés. Il incombe aux psychologues d'envisager cette réalité dans le contexte de la prestation de services via la technologie, et de veiller à ce que l'accès à des services psychologiques compétents ne soit pas involontairement limité pour certains. Il est essentiel, pour guider la profession, de mettre l'accent sur une prise de conscience des disparités en ce qui concerne l'accès aux soins, de faire en sorte qu'elle reste un sujet de conversation et que la profession et le monde de la réglementation de la psychologie s'efforcent d'atténuer cette réalité.

Confidentialité:

- Les psychologues qui utilisent les sites de réseautage social doivent connaître et utiliser tous les paramètres de confidentialité disponibles afin de réduire les risques pour la confidentialité.
- Les psychologues doivent respecter la vie privée de leurs clients. Par conséquent, il est important que les psychologues fassent preuve de prudence et évaluent la pertinence de rechercher des informations sur le client sur les sites de médias sociaux sans la permission du client et son consentement éclairé.
- En général, les psychologues sont tenus de préserver la confidentialité des informations protégées du client. Il peut y avoir des exceptions justifiables à la règle de confidentialité.
- Les psychologues élaborent des politiques d'utilisation des médias sociaux qui abordent des questions telles que le consentement éclairé, le respect de la vie privée, et la manière dont les médias sociaux seront utilisés dans leur travail.

Consentement éclairé:

- Les psychologues doivent s'assurer de la compétence des clients potentiels à fournir un consentement éclairé;
- Lorsqu'ils interviennent auprès de personnes incapables de donner leur consentement, les psychologues doivent obtenir le consentement éclairé des personnes légalement habilitées à donner leur consentement;
- Les éléments du consentement éclairé comprennent des explications sur :
 - les avantages et les risques possibles de l'utilisation des médias sociaux pour communiquer;
 - les procédures d'urgence qui seront suivies lorsque ou si le psychologue n'est pas disponible;
 - un plan de secours si la communication sur les médias sociaux est compromise ou échoue;
 - le risque de perte de sécurité et de confidentialité avec l'utilisation des médias sociaux;
 - d'autres modes de communication ou de prestation de services qui ont été discutés et que le client accepte d'utiliser les médias sociaux.

(Voir **annexe C** – Exemple d'avis de consentement éclairé)

Gestion des risques:

- Il est conseillé aux psychologues d'avoir une politique des médias sociaux (voir **annexe D** - Exemple de politique des médias sociaux) qui explique si, dans quelle mesure et comment ils utiliseront les médias sociaux dans leur prestation de services. Cette politique est précisée dans les formulaires de consentement et lors des discussions avec les clients.
- Les psychologues précisent sur leurs sites de médias sociaux la ou les juridictions où ils sont autorisés à exercer, afin qu'il soit clair que l'intention n'est pas d'exercer en dehors du cadre de ce qui est permis au psychologue.
- Les psychologues évitent les conflits d'intérêts concernant les opinions personnelles, financières, sociales, organisationnelles ou politiques lorsqu'ils utilisent les médias sociaux à titre professionnel.
- Les psychologues gèrent l'accès à leurs médias sociaux professionnels et sont responsables de ceux qui peuvent accéder aux comptes.
- Les psychologues utilisent des réseaux fiables et sécurisés pour accéder à des comptes de médias sociaux professionnels.
- Les psychologues utilisent le cryptage lorsqu'ils envoient des informations protégées et privées sur les médias sociaux, lorsque cela est possible.
- Les psychologues comprennent les paramètres de confidentialité de chaque application qu'ils utilisent dans leur pratique.
- Les psychologues sont conscients que tout envoi ou communication sur les médias sociaux peut être transmis à d'autres destinataires.

Relations multiples:

- Les psychologues sont responsables des liens qu'ils créent par le biais des médias sociaux et de savoir si ces liens constituent ou non des relations multiples. Si le lien peut constituer une relation multiple, le psychologue examine si la relation peut être potentiellement préjudiciable.
- Les psychologues tentent de minimiser le risque de relations multiples problématiques en séparant leur présence personnelle et professionnelle dans les médias sociaux.

Compétence:

- Les psychologues se familiarisent avec les exigences éthiques et juridiques concernant l'utilisation des médias sociaux.
- Les psychologues maintiennent leurs connaissances et leurs compétences à jour en ce qui concerne les technologies de médias sociaux qu'ils utilisent.
- Les psychologues évaluent la pertinence d'utiliser des médias sociaux spécifiques avec chaque client.
- Les psychologues veillent à ce que toute personne travaillant pour eux dans leur cabinet et qui utilise les médias sociaux dans le cadre de son travail, ait une formation adéquate sur l'utilisation appropriée des médias sociaux.
- Les psychologues s'assurent qu'ils comprennent parfaitement les risques que l'utilisation de la technologie présente pour la sécurité et la confidentialité des informations personnelles sur la santé des clients.

Conduite professionnelle:

- Lorsqu'ils utilisent les médias sociaux dans un contexte professionnel, les psychologues prennent en compte les mots utilisés et l'impact que leurs communications pourraient avoir sur la confiance du public dans la profession.
- Les psychologues sont réactifs et ponctuels dans leurs réponses lorsqu'ils utilisent les médias sociaux dans leur travail professionnel.
- Les psychologues sont respectueux dans ce qu'ils communiquent et dans *la façon* dont ils communiquent lorsqu'ils utilisent les médias sociaux dans leur travail professionnel.
- Les psychologues sont respectueux des limites professionnelles, de la culture et des préférences lorsqu'ils utilisent les médias sociaux.
- Les psychologues se représentent adéquatement dans toutes les communications sur les médias sociaux.
- Les psychologues cherchent à corriger toute information erronée concernant leur présence sur les médias sociaux.
- Les psychologues représentent et documentent avec précision le travail effectué via les médias sociaux, et tiennent des registres de leurs communications professionnelles sur les médias sociaux, notamment en conservant tous les courriels et textes avec les clients pendant des durées correspondant aux exigences de leur juridiction.

Sécurité des informations:

- Les psychologues délèguent les responsabilités liées aux activités des médias sociaux uniquement aux personnes dont on peut attendre qu'elles les exercent avec compétence sur la base de leur éducation, de leur formation ou de leur expérience.
- Les psychologues préservent la confidentialité lors de la création, du stockage, de l'accès, du transfert et de l'élimination des dossiers sous leur contrôle en lien avec leur utilisation professionnelle des médias sociaux.
- Les psychologues utilisent des mesures de sécurité pour protéger les informations conservées sur les médias sociaux qui sont vulnérables à la perte, aux dommages ou à un accès inapproprié.
- Les psychologues maintiennent une connaissance à jour de tous les individus, appareils et comptes utilisés dans leur pratique professionnelle sur les médias sociaux.

Utilisation personnelle des médias sociaux:

- Les psychologues s'assurent qu'ils ont une connaissance pratique des paramètres de confidentialité disponibles sur toutes les plateformes de médias sociaux utilisées.
- Les psychologues sont prudents lorsqu'il s'agit de publier des messages sur des sites de commentaires

publics, en particulier ceux liés à leur lieu de travail / employeur.

- Les psychologues s'efforcent, dans la mesure du possible, de maintenir leur présence personnelle en ligne distincte de leur présence professionnelle en ligne.
- Les psychologues maintiennent des limites claires entre leurs comptes professionnels et personnels sur les médias sociaux.
- Les psychologues sont au courant de toute politique existante en matière de médias sociaux au sein de leur organisation ou groupe de pratique (par exemple, les règles concernant la promotion de l'organisation ou du groupe de pratique via les médias sociaux).

(Voir **annexe E** - Vignettes de médias sociaux)

Utilisation des médias sociaux par les organismes de réglementation :

- Les collèges/conseils de réglementation de la psychologie élaborent et mettent en œuvre des politiques claires concernant les médias sociaux et leur utilisation dans le travail de réglementation.
- Les organismes de réglementation veillent à ce que tous les employés soient familiarisés avec les politiques et les attentes en matière de médias sociaux en ce qui concerne l'accès et l'utilisation des plateformes de médias sociaux.
- Les organismes de réglementation veillent à ce que tous les employés soient formés aux diverses plateformes de médias sociaux utilisées par le conseil d'administration ou le collège.
- Les organismes de réglementation veillent à ce que tous les employés aient une connaissance pratique des paramètres de confidentialité sur les plateformes de médias sociaux utilisées.
- Les organismes de réglementation gèrent l'accès à tous leurs comptes de médias sociaux.
- Les organismes de réglementation utilisent des réseaux fiables et sécurisés pour accéder aux comptes des médias sociaux de l'agence.
- Les organismes de réglementation comprennent les paramètres de confidentialité de toutes les applications de médias sociaux utilisées dans l'exercice de leurs fonctions de réglementation.
- Les organismes de réglementation utilisent des mesures de sécurité pour protéger les informations conservées sur les plateformes de médias sociaux qui sont vulnérables à la perte, aux dommages ou à un accès inapproprié.

Annexe C – Exemple d’avis de consentement éclairé

Avis de confidentialité: Ce message est destiné uniquement à l'usage de la personne ou de l'entité à laquelle il est adressé et peut contenir des informations dont la confidentialité est protégée par le droit fédéral. La réglementation fédérale (42 CFR, partie 2) vous interdit de le divulguer sans le consentement écrit explicite de la personne à laquelle il se rapporte, ou du tuteur ou du parent ayant la garde du mineur auquel il se rapporte. Cette interdiction s'applique à toute référence à ce courriel, qu'elle soit verbale ou écrite, ou à tout extrait, photocopie ou citation directe de ce courriel. Si vous n'êtes pas le destinataire prévu, veuillez supprimer ce courriel immédiatement.

En me demandant une réponse par courrier électronique, vous donnez par la présente votre consentement pour une réponse par courrier électronique, étant entendu que le courrier électronique peut ne pas être crypté et que, même s'il est crypté, le courrier électronique présente des risques de sécurité qui menacent la confidentialité (c.-à-d. les autres personnes qui lisent vos messages, l'intrusion informatique ou le piratage du courrier électronique, les appareils perdus ou volés). Si vous préférez une réponse dans un autre format (téléphone, messagerie vocale, télécopieur ou service postal), veuillez indiquer votre préférence dans votre message électronique ou me contacter par une de ces autres méthodes. (Conseil de la psychologie de l'Oregon, 2018).**

** Il est important de souligner que le consentement éclairé est un processus qui doit être engagé avec le client et n'est pas un formulaire. L'utilisation d'un formulaire, quel qu'il soit, ne doit être considérée que comme une partie du processus de consentement éclairé et non comme le processus lui-même.

Annexe D – Exemple de politique des médias sociaux

Afin de maintenir la clarté en ce qui concerne notre utilisation des modes de communication électroniques pendant votre traitement, j'ai préparé la politique suivante. En effet, l'utilisation de divers types de communications électroniques est courante dans notre société, et de nombreuses personnes pensent que c'est le mode de communication souhaité avec les autres, que leurs relations soient sociales ou professionnelles. Toutefois, plusieurs de ces modes de communication courants peuvent présenter un risque à votre vie privée et peuvent être incompatibles avec la loi et les normes de ma profession. Par conséquent, cette politique a été préparée pour assurer la sécurité et la confidentialité de votre traitement et pour garantir qu'il est conforme à l'éthique et à la loi.

Si vous avez des questions sur cette politique, n'hésitez pas à en discuter avec moi.

Communications par courrier électronique [et message texte]

Je n'utilise les communications par courrier électronique [et par messagerie texte] qu'avec votre autorisation et uniquement à des fins administratives, sauf si nous avons conclu un autre accord. Cela signifie que les échanges de courriels [et de messages texte] avec mon bureau devraient être limités à des choses comme la prise et la modification de rendez-vous, les questions de facturation et autres questions connexes. Veuillez ne pas m'envoyer de courriel [ou de message texte] sur des questions cliniques, car ce n'est pas un moyen sûr de me contacter. Si vous avez besoin de discuter d'un problème clinique avec moi, n'hésitez pas à m'appeler pour que nous puissions en discuter au téléphone ou attendez que nous puissions en discuter pendant votre séance de thérapie. Le téléphone ou le face-à-face est tout simplement un mode de communication beaucoup plus sûr.

Le courrier électronique [et les messages texte] ne doivent pas être utilisés pour communiquer avec moi dans une situation d'urgence. Je m'efforce de répondre aux courriels [aux messages texte] et aux

appels téléphoniques dans les 24 heures, sauf le week-end et les jours fériés. En cas d'urgence, veuillez appeler ma ligne téléphonique au [insérer #]. Si je ne suis pas immédiatement disponible par téléphone, veuillez appeler le 911, contacter les services de crise locaux [insérer le nom de l'organisation et le numéro de téléphone] ou vous rendre aux urgences les plus proches.

[Pour les psychologues qui ne souhaitent pas recevoir de messages texte, supprimer le texte entre crochets ci-dessus relatif aux messages texte et insérer le paragraphe suivant.]

Messagerie texte

La messagerie texte étant un mode de communication très peu sûr et impersonnel, je n'envoie pas de messages texte à une personne en traitement avec moi et je ne réponds pas à ses messages texte. Veuillez donc ne pas m'envoyer de messages texte, à moins que nous ayons pris d'autres dispositions.

Médias sociaux

Je ne communique pas avec mes patients ni ne les contacte par l'intermédiaire de plateformes de médias sociaux comme Twitter et Facebook. En outre, si je découvre que j'ai accidentellement établi une relation en ligne avec vous, je vais annuler cette relation. En effet, ces types de contacts sociaux informels peuvent créer des risques importants pour votre vie privée.

Je participe à divers réseaux sociaux, mais pas à titre professionnel. Si vous avez une présence en ligne, il est possible que vous me rencontriez par hasard. Si cela se produit, veuillez en discuter avec moi pendant notre temps ensemble. Je pense que toute communication avec les patients en ligne présente un risque élevé de compromettre la relation professionnelle. En outre, n'essayez pas de me contacter de cette manière. Je ne répondrai pas et mettrai fin à tout contact en ligne, même accidentel.

Sites Web

J'ai un site Web que vous pouvez consulter librement. Je l'utilise pour des raisons professionnelles afin de fournir des informations à d'autres personnes sur moi et ma pratique. Vous pouvez accéder et consulter les informations qui se trouvent sur mon site Web et, si vous avez des questions à ce sujet, nous devrions en discuter lors de vos séances de thérapie.

Recherches sur Internet

Je n'utiliserai pas les recherches sur Internet pour recueillir des informations vous concernant sans votre autorisation. Je pense que cela constitue une violation de votre droit à la vie privée; cependant, je comprends que vous puissiez choisir de recueillir des informations me concernant de cette manière. De nos jours, il existe sur l'Internet une quantité incroyable d'informations sur les personnes, dont une grande partie peut être effectivement connue de ces personnes et dont certaines peuvent être inexactes ou inconnues. Si vous trouvez des informations à mon sujet en effectuant des recherches sur l'Internet ou de toute autre manière, veuillez m'en parler pendant notre entretien afin que nous puissions les traiter et évaluer leur impact potentiel sur votre traitement.

Récemment, il est devenu courant pour les patients d'évaluer leur prestataire de soins de santé sur divers sites Web. Toutefois, les professionnels de la santé mentale ne peuvent pas répondre à ces commentaires en raison des restrictions de confidentialité. Il est également généralement préférable que les patients discutent de leurs préoccupations directement avec leur prestataire de soins de santé. Si vous avez des préoccupations ou des questions sur un aspect quelconque de notre travail commun ou sur des évaluations de ma pratique mises en ligne précédemment, veuillez me le faire savoir afin que nous puissions en discuter. Je vous recommande de ne pas évaluer mon travail avec vous sur aucun site Web pour plusieurs raisons. Si vous évaluez mon travail sur un site Web alors que vous êtes en traitement avec moi, cela peut affecter notre relation thérapeutique. Si vous décidez de publier un avis

en ligne sur moi ou sur un autre prestataire de soins de santé pendant ou après votre traitement, veuillez garder à l'esprit que vous pourriez révéler des informations confidentielles sur votre traitement.

Je vous remercie de garder cette politique à l'esprit et de me faire part de vos préoccupations. (Conseil de la psychologie de l'Oregon, 2018)

Annexe E – Vignettes de médias sociaux

Vignette n° 1

Un psychologue, dans un moment de colère et de mauvais jugement, envoie un message texte à son ex-femme pour lui dire qu'elle est « plus bipolaire » que n'importe qui parmi ses dossiers passés et présents, et cela inclut tous les patients hospitalisés à l'hôpital d'État où il a fait son stage. Elle dépose une plainte auprès de l'organisme de réglementation, et fournit le message texte comme preuve dans la plainte.

Analyse : L'envoi d'un message texte crée un enregistrement des déclarations d'une personne et en envoyant un message texte, même s'il est destiné à être privé/personnel, il faut se préparer à ce qu'il puisse devenir public. Diagnostiquer son ex-femme est inapproprié, car elle n'est pas sa cliente, et ne devrait pas l'être non plus, étant donné leur relation maritale passée. Il s'agit également d'une question éthique puisque, vraisemblablement, il n'a pas évalué formellement sa femme et qu'une évaluation directe est nécessaire pour établir un diagnostic. Les psychologues doivent se rappeler que toute communication pourrait potentiellement devenir publique et donc ouverte à l'examen.

Vignette n° 2

Le beau-frère d'un psychologue l'identifie sur un message Facebook. Les photos ont été prises lors de l'enterrement de vie de garçon du psychologue et consistaient en des photos du psychologue posant de manière suggestive dans divers états d'intoxication.

Analyse : Les psychologues doivent être conscients du fait que, en fin de compte, ils peuvent être tenus responsables de toute représentation qui donne une mauvaise image de la profession, même si elle n'a pas été affichée par eux-mêmes ou qu'ils n'avaient pas l'intention de la rendre publique. Bien que cette situation particulière ne constitue probablement pas une infraction déontologique, elle pourrait potentiellement nuire à la réputation du psychologue auprès de ses collègues et de ses clients qui pourraient voir ces publications.

Vignette n° 3

Une psychologue se plaint sur une liste de diffusion professionnelle des taux de remboursement d'une compagnie d'assurance, qu'elle estime faibles, et du temps de réponse de la compagnie.

Analyse : La critique publique d'une autre agence ou d'un autre prestataire, même si elle n'est pas nécessairement contraire à l'éthique, n'est pas professionnelle et peut donner une mauvaise image de la profession. De plus, si les clients ont accès au message d'une manière ou d'une autre, cela peut avoir un impact négatif sur la relation thérapeutique. Il est important de se demander si la publication sur une liste de diffusion est le moyen le plus approprié pour répondre à ses préoccupations.

Vignette n° 4

Dans un groupe public LinkedIn, un psychologue demande de l'aide pour le traitement d'une cliente avec un diagnostic de trouble de la personnalité limite, et déclare dans le message : « Je viens d'avoir ma séance avec elle ». Il fournit des informations désidentifiées sur la séance. La cliente répond immédiatement au message, s'identifiant comme telle et remerciant le psychologue de s'être occupé

d'elle.

Analyse : Nous n'avons aucun moyen de savoir si nos propres clients ou les clients d'autres psychologues font partie de nos groupes LinkedIn. Le groupe LinkedIn était public, et le psychologue aurait dû le savoir. En outre, le psychologue a utilisé des informations d'identification (« Je viens d'avoir ma séance avec elle. »), ce qui peut violer la confidentialité. Dans ce cas, un problème de compétence a donné lieu à plusieurs violations de l'éthique.

Vignette n° 5

Une psychologue travaillant dans une petite communauté éloignée se plaint sur sa page Facebook privée qu'elle en a assez de travailler avec des victimes de violence domestique, car, selon elle, elles se contentent de « se plaindre » pour ensuite retourner à leurs relations pour subir à nouveau la violence. Un des « amis » de la psychologue a partagé le message avec un ami qui travaille pour un refuge local et qui était auparavant le client de la psychologue. Une plainte a été déposée auprès de l'organisme de réglementation.

Analyse : La psychologue n'aurait pas dû supposer que ses commentaires resteraient privés. Cela donne une mauvaise image de la profession, n'est pas professionnel et inapproprié, et est potentiellement préjudiciable à l'ex-client.

Vignette n° 6

Une psychologue a donné à son client en détresse son numéro de téléphone portable personnel et lui a dit qu'il pouvait la contacter en dehors des heures de bureau ou entre deux rendez-vous en cas d'urgence s'il en avait besoin. Le client envoie un message texte à la psychologue un vendredi soir à 23 heures pour lui indiquer qu'il a vraiment besoin de parler. La psychologue ne répond pas, car elle a eu une semaine difficile et estime qu'elle a droit à un temps de répit. Le client lui répond par message texte qu'il se sent abandonné par la psychologue.

Analyse : La psychologue a mis en place l'attente déraisonnable qu'elle sera disponible en tout temps – enjeu dans l'établissement des limites. Une conséquence involontaire des médias sociaux est qu'ils favorisent la confusion des frontières entre la vie personnelle et la vie professionnelle. La psychologue utilise également son téléphone privé pour contacter son client, ce qui pourrait potentiellement constituer une violation de la confidentialité et de la vie privée du client.

Vignette n° 7

Un psychologue est en retard pour se rendre à son bureau pour une séance. Il envoie donc un message texte à sa prochaine cliente pour lui faire savoir qu'il sera en retard pour leur « réunion ». La fille de la cliente joue à un jeu sur le téléphone de sa mère et voit le message.

Analyse : Question du consentement éclairé : Le psychologue a-t-il le consentement éclairé de la cliente pour envoyer des messages texte ? Question de la gestion des risques : Le psychologue a-t-il discuté avec la cliente de la manière de protéger ses messages confidentiels des regards des autres ? Question de la sécurité de l'information : Le psychologue s'est-il assuré que le message texte ne sera pas accessible depuis son téléphone par des personnes non autorisées (sa famille, son partenaire, etc.) ?