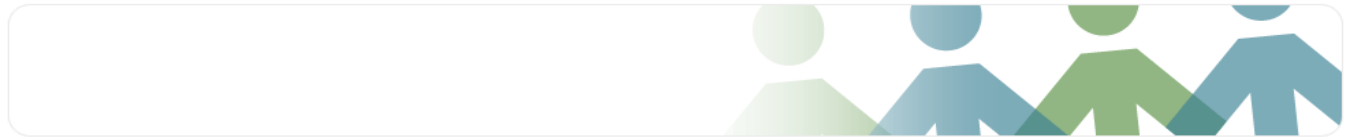


Les médias sociaux et la pratique du travail social



Association
canadienne des
travailleuses et
travailleurs
sociaux



Remerciements

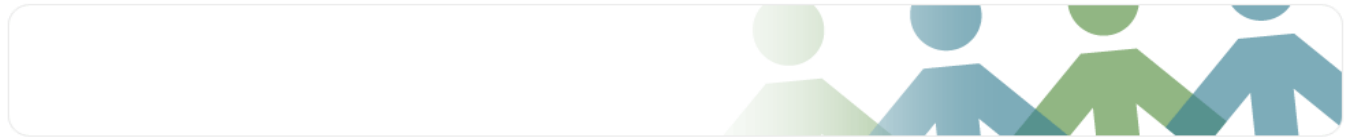
L'Association canadienne des travailleuses et travailleurs sociaux (ACTS) tient à reconnaître et à remercier son Groupe d'intérêts sur les enfants (GIE) pour les efforts qu'il a consacrés à l'élaboration du présent document : *Les médias sociaux et la pratique du travail social*.

Nous aimerions particulièrement remercier le sous-comité du GIE, le fer de lance de cette initiative, notamment les représentants suivants :

Annette Johns (ATSTNL)

Pat Zacharias (MIRSW)

Andrea Munro (ATSNE)



Préambule

La pratique du travail social s'appuie sur un code d'éthique qui énonce les valeurs et principes communs de ceux et celles qui œuvrent au sein de la profession. Le *Code de déontologie de l'ACTS* (2005) met en lumière six valeurs fondamentales :

Valeur 1 : Respect de la dignité et de la valeur inhérentes des personnes

Valeur 2 : Poursuite de la justice sociale

Valeur 3 : Service à l'humanité

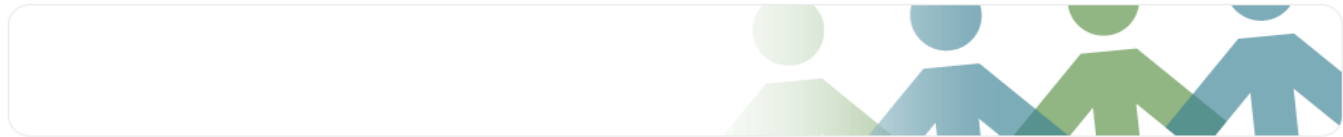
Valeur 4 : Intégrité dans l'exercice de la profession

Valeur 5 : Confidentialité dans l'exercice de la profession

Valeur 6 : Compétence dans l'exercice de la profession

Tables des matières

1. [Introduction](#)
2. [Avantages des médias sociaux](#)
3. [Défis d'ordre déontologique et risques potentiels](#)
4. [Rapport au Code de déontologie](#)
5. [Stratégies de gestion des risques](#)



1. Introduction

Le terme « médias sociaux » englobe les technologies en ligne qui permettent à des gens de communiquer entre eux et de partager instantanément de l'information et des ressources avec des publics locaux, nationaux et internationaux. Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Skype, YouTube, les divers blogues, et Foursquare constituent une liste non exhaustive de médias sociaux. Alors que le recours aux médias sociaux continue d'évoluer et de s'étendre, les travailleurs sociaux doivent se pencher sur l'utilisation qui est faite de cette technologie dans le cadre de la pratique professionnelle et de la prise de décisions éthiques.

Le but global du présent document est de se pencher sur certains des défis qui se posent et certaines considérations d'ordre déontologique importantes, tout en faisant ressortir certaines lignes directrices exemplaires ancrées dans le *Code de déontologie de l'ACTS (2005)* et dans les *Lignes directrices pour une pratique conforme à la déontologie (2005)*. Il est reconnu que chaque province et territoire peut se doter de ses propres règles et lignes directrices relatives à l'utilisation des médias sociaux dans le cadre de la pratique professionnelle et que celles-ci auront préséance.

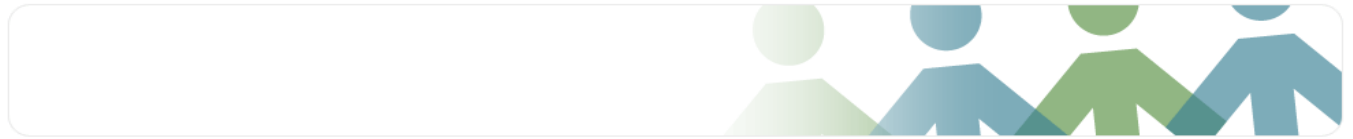
2. Avantages des médias sociaux

La popularité des divers médias sociaux procure de nombreux avantages à leurs utilisateurs et à la communauté internationale. D'un point de vue professionnel, certains de ces avantages incluent la possibilité de communiquer avec diverses communautés en ligne – ce qui contribue à élargir les cadres d'action locaux ou provinciaux et territoriaux ; la possibilité de partager à faible coût de l'information et des ressources avec un public plus large; de bâtir des communautés; de promouvoir la recherche; de mettre en commun certaines idées et une expertise sur des questions ayant une incidence sur la santé et le bien-être.

3. Défis d'ordre déontologique et risques potentiels

De nombreux travailleurs sociaux utilisent les médias sociaux dans leur vie professionnelle et personnelle. Bien que leur utilisation puisse sembler tout ce qu'il y a de plus simple, il reste que l'on doit explorer et discuter de nombreux défis d'ordre déontologique.

Comme le souligne Johns (2012), « [traduction] les technologies modernes continuent d'interpeler notre profession et de lui imposer de réfléchir de manière critique au sujet des limites professionnelles/personnelles, de l'autorévélation, des relations doubles et multiples, de la vie privée ainsi que des conflits d'intérêts dans une cadre déontologique. » Plusieurs dilemmes éthiques se posent en lien avec l'utilisation des médias sociaux, notamment : la façon de traiter les « demandes d'ajout à une liste d'amis » formulées par des clients ou d'anciens clients; la question de décider si l'on devrait chercher ou suivre un client sur une plateforme de média social; la question de l'affichage dans un blogue ou une page Facebook de



l'information relative au travail avec un client; la question de savoir si l'on devrait utiliser des témoignages de clients dans des sites Web professionnels.

Le *Code de déontologie de l'ACTS* (2005) ne traite pas spécifiquement des médias sociaux, mais fournit un certain éclairage quant aux questions éthiques qui méritent une attention et de la considération. Comme le souligne le *Code de déontologie de l'ACTS* (2005) : « Un code de déontologie ne suffit pas à garantir le comportement déontologique, car celui-ci tient son origine dans la détermination du travailleur social qui s'engage à pratiquer sa profession d'une manière conforme à la déontologie. L'esprit et la lettre de ce code de déontologie guideront les travailleurs sociaux dans l'exercice de leur profession, de bonne foi et dans un désir sincère de former des jugements judicieux. » (p. 2) Bien que les médias sociaux constituent un forum différent pour le partage d'information et l'établissement de relations, les enjeux d'ordre déontologique demeurent les mêmes et les principes et les normes d'éthique doivent également s'appliquer.

4. Rapport au *Code de déontologie de l'ACTS* (2005)

Certaines sections du *Code de déontologie* sont pertinentes dans le cadre d'une discussion traitant de l'utilisation des médias sociaux dans la pratique professionnelle, notamment :

Valeur 1 : Respect de la dignité et de la valeur inhérente des personnes

Comme le précise le *Code de déontologie de l'ACTS* (2005) « le travailleur social respecte la valeur unique et la dignité inhérente de tous et appuie les droits de la personne » et « respecte le droit du client à faire des choix sous réserve d'un consentement volontaire et éclairé » (p.5). Ce sont là des principes importants qu'on se doit d'aborder dans la discussion afférente aux médias sociaux. *Les Lignes directrices pour une pratique conforme à la déontologie* (2005) de l'ACTS mettent en lumière plusieurs lignes directrices auxquelles les travailleurs sociaux devraient réfléchir en lien avec l'utilisation des médias sociaux, notamment :

1.1.1 Le travailleur social considère les intérêts supérieurs des clients en priorité, tout en tenant compte des intérêts respectifs des autres personnes.

1.1.4 Le travailleur social limite son intervention dans les affaires personnelles des clients aux questions qui ont un rapport avec les services fournis.

1.2.4 Le travailleur social doit s'efforcer d'avoir une connaissance et une compréhension pratiques des appartenances culturelles et raciales, de l'identité, des valeurs, des croyances et des coutumes de ses clients.



Valeur 4 : Intégrité dans l'exercice de la profession

L'honnêteté, l'impartialité et la transparence sont des principes que la profession tient en haute estime et le travailleur social doit y réfléchir en lien avec les médias sociaux. Il incombe également au travailleur social d'établir des limites professionnelles appropriées entre lui et ses clients et de veiller à ce que leur relation réponde aux besoins des clients. Le travailleur doit se demander si l'utilisation des médias sociaux contribue à repousser les limites établies.

2.1.1 Le travailleur social maintient des limites professionnelles appropriées tout au long de la relation professionnelle et même après celle-ci.

2.3 Le travailleur social évite les conflits d'intérêts qui peuvent entraver l'exercice de la discrétion professionnelle et d'un jugement impartial.

2.4.1 Le travailleur social prend soin de bien évaluer la nature des relations doubles ou multiples afin de s'assurer que les besoins et le bien-être de ses clients sont protégés.

Valeur 5 : Confidentialité dans l'exercice de la profession

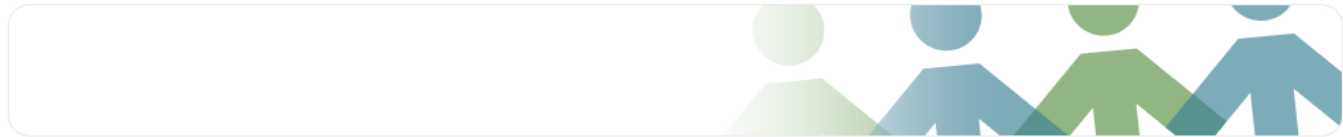
Comme en fait état le *Code de déontologie de l'ACTS (2005)* «Le travailleur social respecte la confiance que placent en lui ses clients, les collectivités et d'autres professionnels en protégeant le caractère privé de l'information appartenant au client et en respectant le droit de celui-ci de contrôler le lieu et le moment où cette information pourra être communiquée à des tiers. » (p.7)

Les *Lignes directrices pour une pratique conforme à la déontologie (2005)*, énoncent les responsabilités d'ordre déontologique envers les clients en ce qui a trait à la confidentialité, notamment : « [le travailleur social] ne sollicite pas de renseignements personnels de la part du client à moins que ce ne soit nécessaire pour dispenser des services ou faire des recherches en travail social. » (p. 7) D'autres lignes directrices prévoient que :

1.5.6 Le travailleur social prend soin de ne pas discuter d'informations confidentielles dans des endroits publics ou semi-publics notamment dans les couloirs, les salles d'attente, les ascenseurs et les restaurants.

1.5.7 Le travailleur social prend les précautions nécessaires pour assurer et préserver la confidentialité des renseignements lors de leur transmission par ordinateur, courrier électronique, télécopieur, répondeur et autres moyens électroniques. Il doit aviser les clients des limites à la confidentialité qui peuvent s'appliquer à ces formes de communication.

Le travailleur social doit penser à ces lignes directrices si un client ou un ancien client lui demande de l'ajouter à sa liste d'amis et s'il est appelé à commenter sa pratique par le



truchement des médias sociaux. Il est conseillé au travailleur social de ne pas afficher d'information relative à un client dans les médias sociaux (incluant des renseignements non signalétiques)

Valeur 6 : Compétence dans l'exercice de la profession

Cette valeur a trait à l'importance pour un travailleur social d'exercer sa profession à l'intérieur des limites de ses compétences et de ses habiletés. Si un travailleur social utilise les médias sociaux dans le cadre de sa pratique, il lui incombe de posséder les connaissances nécessaires quant au fonctionnement de la plateforme utilisée, d'être en mesure d'en discerner les risques et les avantages, et d'élaborer des stratégies/politiques destinées à minimiser ces risques et à préserver les intérêts supérieurs du client.

Les *Lignes directrices pour une pratique conforme à la déontologie (2005)* abordent également la question des responsabilités éthiques du travailleur social qui assure la supervision d'étudiants (c.-à-d. les maîtres de travaux pratiques, les formateurs). Les *Lignes directrices* affirment de manière plus spécifique :

3.5.2 Le travailleur social s'efforce de donner des directives qui sont fondées sur les connaissances et l'information les plus récentes de la profession.

3.5.3 Le travailleur social stimule chez les étudiants en travail social la connaissance et la compréhension tant de la profession que du *Code de déontologie* et d'autres sources pertinentes sur le plan de la déontologie.

Le travailleur social qui assure la supervision d'étudiants a une responsabilité éthique d'amener ces étudiants à prendre conscience des enjeux éthiques relatifs à l'utilisation des médias sociaux, de susciter chez eux le sens de l'analyse critique et de leur aider à comprendre les choses complexes et à élaborer leurs propres stratégies de gestion des risques en conformité avec les normes optimales de la pratique.

5. Stratégies de gestion des risques

Il y a plusieurs mesures que peut prendre le travailleur social pour réduire les risques relatifs à l'utilisation des médias sociaux; notamment :

- Consultation – le dialogue et des discussions ouvertes avec des collègues sur les défis éthiques que pose l'utilisation des médias sociaux, de même que l'adoption de stratégies visant à atténuer les risques dans l'intérêt supérieur des clients et à assurer la préservation de normes éthiques.



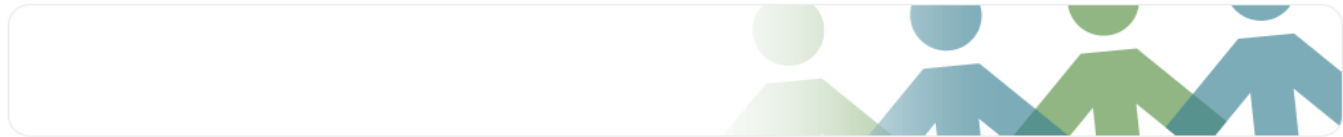
- Protection de la vie privée et confidentialité – l'information partagée par le truchement des médias sociaux devient publique et peut être consultée par quiconque a accès à Internet. Il incombe au travailleur social d'assurer que l'information relative à des clients demeure privée et confidentielle. Le travailleur social devrait également se familiariser avec les lois qui régissent la protection de la vie privée dans sa province ou territoire.
- Modèles de prise de décisions éthiques – le travailleur social peut profiter de plusieurs modèles de prise de décisions éthiques lorsqu'il a à résoudre un dilemme éthique dans sa pratique. Le travailleur social peut s'inspirer de tels modèles dans le contexte des médias sociaux.
- Formation professionnelle continue – le travailleur social peut également profiter des occasions de développement professionnel qui se penchent sur les limites au chapitre de la pratique professionnelle du travail social et qui favorisent une réflexion critique continue sur le sujet.
- Politiques et lignes directrices – le travailleur social doit se familiariser avec les normes professionnelles et lignes directrices pertinentes, qui traitent de l'utilisation des médias sociaux dans la pratique dans sa province ou son territoire, ou contribuer à l'élaboration de telles normes là où il n'en existe pas.
- Fonctionnement des médias sociaux – le travailleur social doit se familiariser avec les politiques de fonctionnement des médias sociaux et s'assurer que les paramètres de confidentialité sont fixés au niveau maximum en ce qui le concerne.
- Documentation – le travailleur social doit documenter ses conversations avec ses clients au sujet des politiques afférentes aux médias sociaux et de la résolution de dilemmes éthiques (p. ex. comment il a traité la demande d'un client de l'ajouter à sa liste d'amis). Le travailleur social doit aussi déterminer s'il lui faut documenter le fait d'avoir obtenu de l'information au sujet d'un client par le truchement d'un média social. Il lui incomberait d'établir ce qui est pertinent sur le plan clinique et d'entamer un dialogue avec ses clients au sujet de l'information que l'on peut obtenir en ligne à leur sujet.
- Limites – le travailleur social doit réfléchir aux limites applicables dans le contexte de la pratique professionnelle et de l'utilisation des médias sociaux, en plus de reconnaître si l'on tente de repousser ces limites. Il pourrait également être utile de réfléchir aux questions qui suivent : Ai-je établi des limites claires avec mes clients? Ma vie personnelle et ma vie professionnelle se confondent-elles lorsque j'utilise les médias sociaux? Mon *Code de déontologie*, les normes de pratique ou les politiques organisationnelles jettent-ils un éclairage ou me fournissent-ils des orientations sur ces questions?



- Consentement éclairé – le travailleur social devrait informer ses clients au sujet de ses propres politiques professionnelles en matière de médias sociaux, et ce, dès le début de leur relation professionnelle, afin d'assurer que les limites établies sont claires pour le client.
- Prendre connaissance de son propre profil en ligne – le travailleur social devrait chercher à savoir quelle information circule en ligne à son sujet en effectuant des recherches périodiques dans Internet au moyen de divers moteurs de recherche, tel Google Search. Il s'agit là de l'information que ses clients et ses superviseurs seront en mesure de consulter. Si l'information en ligne ne concorde pas avec la façon dont il aimerait qu'on le perçoive dans sa vie professionnelle, il pourrait réexaminer le contenu de sa vie personnelle affiché en ligne.
- Lignes directrices en matière de gestion des risques – le travailleur social devrait élaborer ses propres lignes directrices en matière de gestion des risques, fondées sur les valeurs et l'éthique de la profession. Les médias sociaux vont continuer d'évoluer et de changer. Conséquemment, il est important que le travailleur social continue de s'interroger sur l'utilisation des médias sociaux dans un cadre déontologique et qu'il demeure au fait des plateformes de médias sociaux utilisées dans sa vie personnelle et professionnelle,

Conclusion

Le présent document met en lumière certaines considérations d'ordre déontologique et quelques lignes directrices afférentes à des pratiques exemplaires en lien avec l'utilisation des médias sociaux dans la pratique du travail social. Comme dans le cas d'autres enjeux et dilemmes éthiques liés à la pratique, il est rare que l'on puisse trancher clairement dans le cas de questions relatives à l'utilisation des médias sociaux. Le travailleur social doit s'en remettre à son jugement professionnel, s'informer auprès des organismes de réglementation provinciaux ou territoriaux, passer en revue les lignes directrices afférentes à des pratiques exemplaires ainsi que les stratégies de gestion des risques, et entretenir un dialogue soutenu avec des collègues.



Références

Association canadienne des travailleuses et travailleurs sociaux (ACTS) (2005) *Code de déontologie*, Ottawa, Ontario : auteur

Association canadienne des travailleuses et travailleurs sociaux (ACTS) (2005) *Lignes directrices pour une pratique conforme à la déontologie*. Ottawa, Ontario : auteur

Johns, A. (2011). *Ethical considerations in the world of social media*. St. John's, Terre-Neuve-et-Labrador : Association des travailleurs sociaux de Terre-Neuve-et-Labrador.

Ressources

BARNETT, J. et Russo, A. (2009). *Psychology, Online Social Networking, and Ethics*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://www.zurinstitute.com/online/digitaletics15.html>.

BETTERIDGE, L. (2011). « Social Media and Practice: Protecting Privacy and Professionalism in a Virtual World ». *Perspectives*, 10(4), p. 16 – 20.

CHERNACK, K. Episode 110 - *Social Media Use and Social Work Practice: Boundary and Ethical Considerations*. In *SocialWork Podcast Series*. [Podcast audio] Consulté le 7 janvier 2013 dans le site Web: <http://www.socialwork.buffalo.edu/podcast/episode.asp?ep=110>

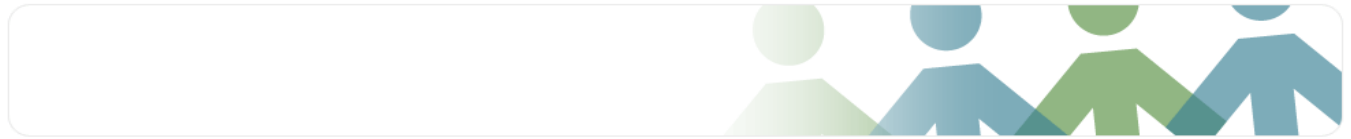
CHERNACK, K. (2011). *Professional Boundaries in a Virtually Boundary-Less E-Environment*. Consulté le 8 août 2012 dans le site Web : <http://www.naswil.org/news/networker/featured/professional-boundaries-in-a-virtually-boundary-less-e-environment/>

CHERNACK, K. (2012). *Beyond the Friend Request – Other Ethical Challenges Posed by Social Media Use*. Consulté le 17 janvier 2013 dans le site Web : <http://www.naswil.org/news/networker/featured/ethics-corner-beyond-the-friend-request-other-ethical-challenges-posed-by-social-media-use/>

ENGLISH, N. (2010). « Social work and social networking ». *Connecting Voices*, 14(2).

GARRISON, M. (2011). *Social Networking: The Changing Landscape of Human Interaction and the Implications for the Social Work Profession*. Consulté le 19 août 2009 dans le site Web : <http://www.naswil.org/news/networker/featured/ethics-corner-social-networking/>

JOHNS, A. (2012). « Social Networking and Electronic Communication ». *Connecting Voices*, 16(2), 18-19.



KAYS, L. (2011). « Must I Un-Friend Facebook? Exploring the Ethics of Social Media ». *The New Social Worker*, 18(3), 4-7.

KOLMES, K. (2009). *Linkedin for Mental Health Professionals*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2009/11/16/linkedin-for-mental-health-professionals/>.

KOLMES, K. (2009). *Managing Facebook as a Mental Health Professional*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2009/06/08/managing-facebook-as-a-mental-health-professional/>.

KOLMES, K. (2009). *Should Mental Health Professionals Block Clients on Facebook?* Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2009/12/11/should-mental-health-professionals-block-clients-on-facebook/>.

KOLMES, K. (2009). *The Yelp Dilemma: Clients Reviewing Their Therapists on Review Sites*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2009/05/07/the-yelp-dilemma-clients-reviewing-their-therapists-on-review-sites/>.

KOLMES, K. (2009). *The Google question: Should therapists Google their clients?* Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2009/06/26/the-google-question-should-therapists-google-their-clients/>.

KOLMES, K. (2009). *You Have a Major Depressive Disorder. Mind if I Tweet That?* Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2009/11/03/ive-given-you-a-diagnosis-of-major-depressive-disorder-mind-if-i-tweet-that/>.

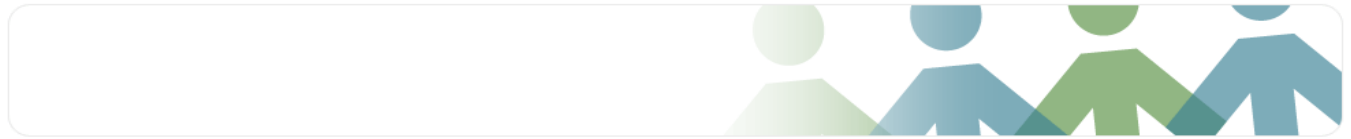
KOLMES, K. (2010). *Location-Based Check In Sites For Mental Health Professionals*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2010/02/26/location-based-check-in-sites-for-mental-health-professionals/>.

KOLMES, K. (2010). *An Introduction to Media Psychology for Bloggers and Tweeters*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://drkkolmes.com/2010/06/28/an-introduction-to-media-psychology-for-bloggers-and-tweeters>.

MARTIN, S. (2010). « The internet's ethical challenges ». *Monitor*, 41(7), p. 7. Consulté le 7 juillet 2011 dans le site Web : <http://www.apa.org/monitor/2010/07-08/internet.aspx>.

NICHOLSON, P. (2009). *My Space Is Your Space: Internet Blurs Professional Boundaries*. Consulté le 20 décembre 2012 dans le site Web : http://www.drkkolmes.com/docs/MySpace_CrossCurrents.pdf.

NLASW (2012). *Standards for Technology Use In Social Work Practice*. St. John's, NL: Author.



REAMER, F. (2008). « The Challenge of Electronic Communication ». *Social Work Today*, 8(3).

Consulté le 16 janvier 2012 dans le site Web :

<http://www.socialworktoday.com/archive/EoEMayJun08.shtml>.

REAMER, F. (2010). « Eye on Ethics: Novel Boundary Challenges - Social Networking ». *Social Work Today*. Consulté le 20 décembre 2010 dans le site Web :

http://www.socialworktoday.com/news/eoe_111309.shtml.

REAMER, F. (2012). *Boundary Issues and Dual Relationships in the Human Services*. New York: Columbia University Press.

REAMER, F. (2013). « Social Work in a Digital Age : Ethical And Risk Management Challenges ». *Social Work*, 58(2), 163-172.

REARDON, C. (2009). « Tech-Savvy Social Work – Meeting The Digital Demand ». *Social Work Today*, 9(4). Consulté le 20 décembre 2010 dans le site Web :

<http://www.socialworktoday.com/archive/072009p12.shtml>.

ROBB, M. (2011). « Pause Before Posting: Using Social Media Responsibly ». *Social Work Today*, 11(4), p. 8. Consulté le 16 janvier 2012 dans le site Web :

<http://www.socialworktoday.com/archive/020911p8.shtml>.

WHITE, B. (2011). « Social Work and Social Media ». *BCCSW College Conversation*, 6 (printemps 2011), pp.6-7. Consulté le 7 mars 2012 dans le site Web :

http://www.bccollegeofsocialworkers.ca/resources/documents/76661BCCSWNewsSpring2011_LRproof1.pdf

YOUNG, T. (2009). « Facebook : Ethical and Clinical Considerations ». *The New Social Worker On-Line*, 16(4). Consulté le 20 décembre 2012 dans le site Web :

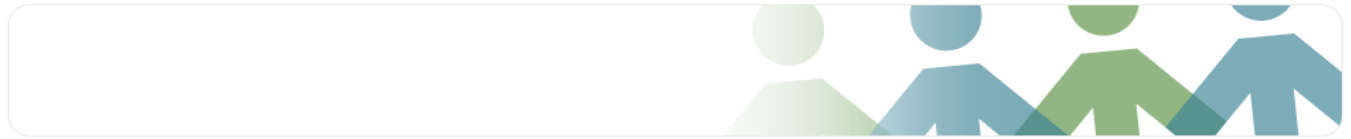
http://www.socialworker.com/home/Feature_Articles/Ethics/Facebook%3A_Ethical_and_Clinical_Considerations/

ZUR, O. (2010). « To google or not to google...our clients? When psychotherapists and other mental health care providers search their clients on the web. » *Independent Practitioner*, 30(3), pp. 144-148. Consulté le 24 janvier 2011 du site Web :

http://www.zurinstitute.com/to_google_or_not_to_google.pdf.

ZUR, O. (2010). *To Accept or Not To Accept? How to Respond When Clients Send "Friend Request" to Their Psychotherapists or Counselors on Social Networking Sites*. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web :

<http://www.zurinstitute.com/socialnetworking.html>



ZUR, O. (2010). *The Google Factor: Psychotherapists' Intentional and Unwitting Self-Disclosure on the Net*. Publication en ligne du Zur Institute. Consulté le 24 janvier 2011 dans le site Web : <http://www.zurinstitute.com/onlinedisclosure.html>.