

---

# L'influence des applications du Web 2.0 dans la communication en ligne des hôpitaux canadiens francophones<sup>1</sup>

---

**Pablo Medina**

Université de Navarre

**Résumé :** Les institutions hospitalières s'intéressent de plus en plus aux outils du Web 2.0, ce qui donne lieu à des interfaces où le patient peut interagir d'une manière pratique et simple avec les professionnels de la santé de l'hôpital, et en tirer ainsi plusieurs bénéfices, comme une meilleure connaissance des sujets liés à la santé. Cet article réalise une révision bibliographique sur ce sujet ainsi qu'une analyse quantitative de la page d'accueil de neuf hôpitaux canadiens francophones en fonction de sept critères liés aux applications du Web 2.0. Même si cet article ne constitue qu'un premier aperçu du sujet, on peut conclure que ce genre d'applications en ligne peut aider les hôpitaux à avoir une présence plus marquée dans la société.

Mots-clés : hôpital, communication organisationnelle, TIC et santé, blogue, téléphone portable.

**Abstract :** Hospitals are more and more interested in Web 2.0 tools, which leads to homepages where patient can interact in a practical and simple manner with hospital's health professionals, and thus get several benefits such as better knowledge about health topics. This article makes a bibliographical review of this matter as well as a quantitative analysis on the homepage of 9 francophone Canadian hospitals based on 7 criteria related to the Web 2.0 applications. Although this article is only a first overview of the matter, it can be reported as a finding that this kind of online applications can help hospitals to have a major presence in society.

Keywords: hospital, corporate communication, ICT and health, blog, mobile phone.

---

<sup>1</sup> L'article a été lu et approuvé par le M. Toni Gonzalez-Pacanowski, professeur à l'IESE Business School de l'Université de Navarre.

## 1. Introduction

L'instauration des applications du Web 2.0 dans le milieu hospitalier a permis aux institutions de la santé d'améliorer la communication avec leurs patients, ce qui a d'une certaine manière modifié les rapports médecin-patient. Le but de cet article est de mieux comprendre l'influence du Web 2.0 pour les institutions hospitalières et les patients. Pour ce faire, cette recherche analyse tout d'abord les outils les plus intéressants du Web 2.0 et leur application dans le milieu hospitalier. Elle étudie ensuite le contexte sanitaire et technologique du Canada et examine finalement la présence des applications du Web 2.0 dans la page d'accueil des neuf institutions hospitalières canadiennes ayant les meilleurs sites Internet en version française.

## 2. Le Web 2.0 dans les hôpitaux : un aperçu

Les institutions hospitalières proposent aux citoyens un service médical basé sur des éléments scientifiques, technologiques et humains. Il s'agit d'un service intégral dont le but est de répondre de manière satisfaisante aux problèmes de santé de la population. De nos jours, comme l'évoque Hardey (2004, p. 24), « la technologie joue un rôle central dans le développement de la médecine moderne au point que, dans nos systèmes de santé, la priorité est souvent donnée aux interventions de haute technologie plutôt qu'aux soins de base. » Cette tendance a donné lieu à plusieurs initiatives comme le développement de la télémédecine. Néanmoins, il ne faut pas oublier la composante humaine du service médical proposé par les hôpitaux. Ainsi, Bonneville et Grosjean (2007) considèrent que la réussite des projets d'implantation de technologies de l'information et de la communication dans le milieu sanitaire ne peut pas se baser uniquement sur une approche technico-économique, mais doit aussi utiliser une approche humaine. De leur côté, Richard et Lussier (2005, p. 187) soulignent aussi l'importance de l'approche humaine dans le service médical en affirmant que « le respect, le soutien, le reflet, l'empathie, le dévoilement de soi et la rassurance constituent une série de stratégies qui contribuent directement à la construction de la relation médecin-patient. »

Le développement des outils technologiques peut être cohérent avec l'approche humaine du service médical. Les utilisateurs de ces outils (patients et professionnels de la santé) sont devenus les garants de cette cohérence, d'où l'importance de mieux comprendre comment ils se servent de ces outils technologiques. De son côté, le patient devient de plus en plus actif, notamment en ce qui concerne l'utilisation d'un outil technologique très prisé par la société dans son ensemble : l'Internet. Le patient cherche constamment de l'information sanitaire sur Internet. C'est dans ce cadre que les hôpitaux ont vu se développer les applications du Web 2.0. Même s'il est compliqué de définir le concept de Web 2.0, on peut dire, de façon générale, qu'il s'agit d'une nouvelle approche de l'Internet basée sur la valorisation de l'utilisateur et de ses relations avec les autres. Le Web 2.0 met en valeur les contenus générés par les utilisateurs, la production collective de connaissances et le partage d'expériences personnelles (ADAMS 2010b, p. 394). Ainsi, dans les pays développés, on a pu assister ces dernières années à l'instauration, sur le site Internet des hôpitaux, de plusieurs applications du Web 2.0, notamment la baladodiffusion, les blogs, les consultations en ligne et les applications de la téléphonie mobile.

Dans le cadre hospitalier, le patient crée et diffuse des informations à travers plusieurs outils technologiques tels que la baladodiffusion, un système qui permet le téléchargement de fichiers

multimédias audio et vidéo, et qui est aussi utilisé par certaines institutions sanitaires. « Plusieurs organisations, entités commerciales<sup>2</sup> et experts médicaux ont créé des baladodiffusions pour informer le public général sur les sujets de santé » (ANDERSON 2009, p. 127). La diffusion de ces renseignements apporte au patient plusieurs bénéfices, comme la possibilité de mieux connaître les sujets liés à la santé, notamment ceux qui concernent le patient d'une manière directe (maladie subie par le patient, traitement médical suivi par le patient, etc.). Un patient bien informé peut rendre plus simple la tâche des professionnels de la santé, d'où l'intérêt que l'hôpital dispose sur son site Internet officiel des applications de baladodiffusion. Ainsi, dans le cas des patients souffrant du diabète, l'application de certains outils en ligne aide les professionnels de la santé « à guider leurs patients » afin qu'ils gèrent mieux leur maladie (KAUFMAN 2010, p. 41).

En plus des baladodiffusions, les hôpitaux s'intéressent aussi aux blogues, c'est-à-dire des sites Internet constitués d'articles ou de commentaires classés par ordre chronologique et envoyés par les usagers. Ces blogues font partie du site Internet officiel de l'hôpital. Le blogue représente une occasion de développement intéressante pour les institutions hospitalières parce qu'il permet aux hôpitaux d'établir un contact permanent et satisfaisant avec les patients, ce qui peut influencer d'une manière positive les perceptions des patients vis-à-vis de l'institution hospitalière. La mise en place de blogues sur le site Internet officiel de l'hôpital exige la collaboration des professionnels de la santé. Quand les médecins comprennent bien la manière dont les patients utilisent les nouveaux outils technologiques comme les blogues, il est plus simple de se servir de ces outils dans les actions visant la promotion de l'éducation du patient et de la santé ainsi que la prévention de maladies (ADAMS 2010a, p. e95).

Les hôpitaux et les professionnels de la santé s'occupent de la création et du développement des blogues. Néanmoins, la logique de fonctionnement des blogues implique la participation du patient. La création de blogues sur les sites Internet des institutions hospitalières aide le patient à mieux connaître les sujets concernant la santé, ce qui peut influencer d'une manière indirecte son état de santé. L'importance accordée aux blogues disponibles sur le site Internet des institutions hospitalières a conduit plusieurs médecins à développer ces outils de manière indépendante et autonome. Autrement dit, certains médecins ont décidé de créer des blogues qui n'appartiennent pas à l'hôpital, mais aux médecins mêmes. Les blogues écrits par les professionnels de la santé font partie de la « littérature et [d]es médias de médecine » (LAGU et autres 2008, p. 1645) : ils sont considérés comme de vrais médias d'information, à l'instar des revues ou des journaux spécialisés en santé. Pourtant, il existe une différence concernant ces blogues, puisque les blogueurs ayant une expertise médicale et universitaire fournissent de l'information plus spécifique que ceux qui n'ont pas cette expertise (BUIS et CARPENTER 2009).

En plus de la baladodiffusion et des blogues, on peut signaler un troisième outil de communication en ligne qui intéresse les hôpitaux : les consultations en ligne, disponibles sur le site Internet officiel de l'hôpital. La consultation en ligne fait référence à la consultation faite par un médecin à un patient à travers le courriel ou d'autres moyens de communication en ligne, comme les différents outils proposés par le Web 2.0 (NORMANN et MEDAGLIA 2009). Ces consultations permettent au patient de poser des questions aux professionnels de la santé de

---

<sup>2</sup> Le concept d'entités commerciales fait référence aux entreprises à but lucratif, comme par exemple un laboratoire pharmaceutique ou une compagnie d'assurances.

manière plus confidentielle que sur les blogues. La disposition de ces consultations en ligne est très positive pour l'institution hospitalière puisque, d'une part, l'information obtenue par le patient grâce à l'usage d'Internet et à l'envoi de courriels aux professionnels de la santé peut aider le patient à « améliorer l'habileté à interagir d'une manière efficace et productive avec les professionnels de la santé » (BAKER et autres 2003, p. 2405); et, d'autre part, parce qu'un nombre important des demandes exprimées par les patients lors de la consultation médicale sur place ou par téléphone peut être fait à travers le courriel, ce qui permettrait de faire gagner du temps aux professionnels de la santé ainsi qu'aux patients (SITTIG 2003).

Aussi, en plus de la baladodiffusion, des blogues et des consultations en ligne, les hôpitaux ont recours au téléphone portable comme outil de communication avec le patient. Tout d'abord, il faut préciser que l'utilisation des téléphones portables ne provoque aucune interférence avec les équipements technologiques présents dans les zones où le patient se fait traiter (TRI et autres 2007), c'est pourquoi les hôpitaux l'utilisent de plus en plus pour communiquer avec le patient. Du point de vue du professionnel de la santé, le téléphone portable permet au médecin de rappeler aux patients la date de leur prochain rendez-vous (PATRICK et autres 2008), ce qui constitue un avantage intéressant. Par ailleurs, cela aide le médecin à améliorer ses relations thérapeutiques avec le patient, dans le sens où l'accessibilité du personnel médical par plusieurs moyens, comme le téléphone portable, simplifie les relations communicationnelles médecin-patient (WONG et autres 2010). Les bénéfices apportés par la téléphonie mobile ont même conduit certains hôpitaux à mettre en place sur leur site Internet différentes applications pour celle-ci (numéros de contact, envoi de messages aux médecins, etc.).

Après avoir analysé les effets de la baladodiffusion, des blogues, des consultations en ligne et des téléphones portables sur l'hôpital et le patient, nous pouvons dire que les différents bénéfices apportés par le Web 2.0 (participation active du citoyen dans la vie des institutions, partage des expériences, etc.) ont mené certains dirigeants des institutions hospitalières à réfléchir à la manière dont l'hôpital pourrait utiliser ces outils en ligne. L'investissement dans la communication basée sur Internet exige la considération de plusieurs facteurs, comme le design Web, l'intégration et la connectivité des données, les changements dans les processus de communication ainsi que les programmes d'éducation et d'appui aux patients, aux cadres de l'institution et au personnel médical (KATZ et MOYER 2004, p. 982). Autrement dit, la communication en ligne représente un défi important pour les hôpitaux dans le sens où ces institutions doivent disposer des moyens financiers et humains nécessaires. Dans ce contexte, le facteur humain de la communication hospitalière doit être mis en avant, d'où l'importance pour les hôpitaux d'analyser les demandes et les souhaits de leurs patients. Ainsi, comme l'évoquent Armstrong et Powel (2009), la volonté de chercher de l'information sur la santé et de connaître les expériences médicales d'autres personnes est souvent « un élément central » de l'utilisation que les patients font de l'Internet en ce qui concerne la recherche d'informations sanitaires.

### **3. Contexte sanitaire et technologique du Canada**

Afin de mieux comprendre le contexte sanitaire dans lequel les hôpitaux canadiens francophones développent leurs stratégies de communication en ligne, nous présentons dans le Tableau 1 les chiffres clés de la santé au Canada. En outre, il est aussi important de bien comprendre le contexte technologique du pays afin d'évaluer la faisabilité des différentes initiatives de

communication en ligne. Ainsi, la mise en place de certaines actions de communication dépend des outils technologiques dont dispose la population de chaque région du Canada. Une partie du contexte technologique du Canada est décrite dans le Tableau 2.

Tableau 1 : Chiffres clés de la santé au Canada

Année	Chiffres	Source
2008	<b>65 440 médecins actifs</b> au Canada	Institut canadien d'information sur la santé, 2009a, p. 2
2007	<b>2,2 médecins</b> par 1 000 habitants au Canada	OCDE, 2009
2007	<b>Budget des dépenses de santé au Canada : 161 milliards de dollars</b>  <b>Croissance</b> du budget annuel moyen alloué à la santé : 1) 1996-2007 : + <b>4,7 %</b> 2) 1991-1996 : + <b>0,9 %</b> 3) 1975-1991 : + <b>3,8 %</b>	Institut canadien d'information sur la santé, 2009b, p. 3
2007	<b>Habitudes saines</b>  1) De 2000-2001 à 2007, le nombre de Canadiens de 15 ans et plus qui <b>fumaient</b> quotidiennement et occasionnellement est passé <b>de 26 % à 22 %</b> . 2) De 2001 à 2005, le nombre de Canadiens actifs ou modérément <b>actifs durant leurs loisirs</b> est passé <b>de 43 % à 52 %</b> .	Statistiques Canada, 2009a, p. 309-311

Tableau 2 : Chiffres clés de la technologie au Canada

Année	Chiffres	Source
2011	a) Le réseau de <b>télémédecine de l'Ontario</b> est l'un des <b>plus grands réseaux de télémédecine au monde</b> . b) Collaboration avec <b>3 000 professionnels de la santé</b> dans plus de <b>1 100 villes</b> à travers l'Ontario. Une moyenne de <b>100 000 consultations</b> annuelles.	Réseau télémédecine Ontario, 2011
2009	a) <b>80 %</b> des Canadiens âgés de 16 ans et plus <b>utilisaient Internet</b> à des fins personnelles. b) <b>96 % des internautes</b> de 16 ans et plus utilisaient Internet à partir de leur <b>domicile</b> . c) 70 % des utilisateurs d'Internet à domicile ont cherché des <b>renseignements liés à la santé</b> .	Statistiques Canada, 2010
2008	a) <b>74,3 %</b> des ménages canadiens ont un <b>téléphone portable</b> . b) Parmi les ménages composés uniquement d'adultes âgés entre 18 et 34 ans, <b>34,4 % utilisaient uniquement le téléphone portable</b> .	Statistiques Canada, 2009b

Les chiffres apportés par ces tableaux permettent d'illustrer deux réalités très intéressantes. D'une part, les autorités canadiennes et la population du pays s'intéressent beaucoup à la santé, ce qui donne lieu à une augmentation constante du budget public qui lui est alloué à la santé ainsi qu'au développement d'habitudes saines chez la population. D'autre part, le nombre d'utilisateurs d'Internet et de téléphones portables couvre une large partie de la population.

#### 4. Les applications du Web 2.0 sur la page d'accueil des hôpitaux canadiens francophones

L'analyse du site Internet des hôpitaux canadiens francophones se base sur le *Ranking Web of World Hospitals* élaboré par le département de Cybermétrie du Conseil national de recherche scientifique d'Espagne<sup>3</sup>. Parmi tous les classements proposés par cet organisme, nous avons choisi le classement consacré aux hôpitaux du Canada, lequel comptait en tout 50 hôpitaux<sup>4</sup>. Pour cette analyse, uniquement les hôpitaux dont la page d'accueil était en français ont été sélectionnés, lesquels étaient au nombre de neuf. Dans le Tableau 3, qui indique le classement des hôpitaux canadiens francophones, nous pouvons voir quelles étaient, selon ce classement en janvier 2010, les neuf institutions hospitalières canadiennes ayant les meilleurs sites Internet et dont ceux-ci sont aussi offerts en version française.

Tableau 3 : Classement des hôpitaux canadiens francophones selon la qualité de leur site Internet

1) Centre de toxicomanie et de santé mentale
2) Institut et Hôpital neurologiques de Montréal
3) Centre universitaire de santé McGill
4) Centre hospitalier universitaire Sainte-Justine
5) Institut universitaire en santé mentale Douglas
6) Centre hospitalier universitaire de Québec
7) Hôpital d'Ottawa
8) Centre hospitalier de l'Université de Montréal
9) Hôpital général juif

L'objectif de cette analyse est de comprendre comment ces institutions hospitalières utilisent les applications du Web 2.0 sur leur page d'accueil<sup>5</sup>. L'étude se base sur l'analyse de sept critères différents : 1) existence de logos signalant la présence de l'institution dans les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.); 2) présence de blogues permettant aux patients de communiquer avec les professionnels de la santé du centre hospitalier; 3) possibilité de lire le site Internet grâce aux technologies de la téléphonie mobile; 4) existence d'un moteur de recherche interne; 5) présence d'un profil de patient lui permettant d'accéder uniquement aux renseignements qui le concernent d'une manière directe; 6) existence de l'application *Really Simple Syndication* (RSS); 7) possibilité de s'inscrire à l'envoi automatique de la lettre d'information de l'institution hospitalière. Le Tableau 4 présente les principaux résultats obtenus de cette analyse.

<sup>3</sup> Cet organisme (*Consejo Superior de Investigaciones Cientificas*) est l'une des organisations de recherche les plus importantes en Europe. Il dépend du ministère de la Science et de l'Innovation de l'Espagne. L'élaboration du classement des hôpitaux se base sur des indicateurs Web qui mesurent l'activité professionnelle et de recherche de l'institution hospitalière. Le classement tient compte uniquement des hôpitaux ayant un domaine Web indépendant. Pour mesurer le « facteur d'impact Web », quatre indicateurs différents sont utilisés : taille du site Web, visibilité, fichiers riches et caractère académique. ([http://hospitals.Webometrics.info/about\\_rank.html](http://hospitals.Webometrics.info/about_rank.html), site Internet consulté le 12 mai 2010).

<sup>4</sup> Le classement complet peut être consulté sur le site officiel du Conseil national de recherche scientifique d'Espagne : [http://hospitals.Webometrics.info/rank\\_by\\_country\\_es.asp?country=ca](http://hospitals.Webometrics.info/rank_by_country_es.asp?country=ca).

<sup>5</sup> L'analyse des pages Web a été réalisée entre le 3 mai et le 20 mai 2010.

Tableau 4 : Page d'accueil des sites Internet des hôpitaux canadiens francophones

Critère	Pourcentage	Hôpitaux respectant ce critère
1) Existence de logos signalant la présence de l'hôpital dans les réseaux sociaux	55,56 %	Centre de toxicomanie et de santé mentale, Centre universitaire de santé McGill, Centre hospitalier universitaire Sainte Justine, Institut universitaire en santé mentale Douglas, et Centre hospitalier de l'Université de Montréal.
2) Présence de blogues	22,22 %	Centre universitaire de santé McGill, et Institut universitaire en santé mentale Douglas.
3) Lecture du site Internet grâce aux technologies de téléphonie mobile	0 %	
4) Existence d'un moteur de recherche interne	100 %	
5) Présence d'un profil de patient	55,56 %	Institut et Hôpital neurologiques de Montréal, Centre universitaire de santé McGill, Hôpital d'Ottawa, Centre hospitalier de l'Université de Montréal, et Hôpital général juif.
6) Existence de l'application RSS	33,33 %	Institut et Hôpital neurologiques de Montréal, Centre hospitalier universitaire de Québec, et Hôpital général juif.
7) Inscription à la lettre d'information	22,22 %	Institut et Hôpital neurologiques de Montréal, et Institut universitaire en santé mentale Douglas.

Selon les résultats obtenus dans cette recherche, nous pouvons affirmer que les hôpitaux analysés veillent à aider leurs patients à trouver les renseignements d'une manière simple et pratique, c'est pour cette raison que tous les hôpitaux disposent d'un moteur de recherche interne et que 55,56 % offrent aux patients la possibilité d'utiliser un profil de patient. Par ailleurs, les hôpitaux s'intéressent aussi à la promotion de l'interactivité entre l'organisation et le patient. Ainsi, 55,56 % des hôpitaux signalent leur présence dans les réseaux sociaux par l'intermédiaire d'un logo. Le rôle de l'interactivité est très important dans ce milieu puisque, comme le remarquent Millerand et autres (2010), l'intérêt du Web social ne réside pas dans les applications et les plateformes techniques, mais dans les manières créatives qu'ont les usagers de les utiliser. Finalement, on peut dire que le développement des technologies de la téléphonie mobile reste un sujet à aborder à l'avenir, étant donné qu'aucun hôpital ne dispose de cette technologie et que, selon Statistiques Canada (2009b), 74,3 % des ménages canadiens ont un téléphone portable.

## 5. Conclusion

L'analyse de la communication en ligne des hôpitaux canadiens francophones représente un défi très ambitieux et très exigeant étant donné le contexte sanitaire et technologique du pays. Pour cette raison, cet article essaie de donner uniquement un premier aperçu de la question, laquelle exige des analyses plus approfondies, qui sont restreintes par quelques-unes des limitations de cette recherche, par exemple le manque d'information qualitative, notamment en ce qui concerne la qualité des renseignements transmis sur le site Internet des hôpitaux.

Malgré tout, nous pouvons conclure cette recherche avec une dernière idée. La disposition d'applications du Web 2.0 sur la page d'accueil peut aider les hôpitaux à avoir une présence plus marquée dans la société. D'une part, ces applications aident le patient à mieux connaître son état de santé grâce au partage d'expériences avec d'autres patients et l'aident à maintenir un contact direct avec les professionnels de la santé travaillant à l'hôpital. D'autre part, ces applications aident à diffuser la culture de la santé en ligne, un sujet qui concerne tous les hôpitaux.

## Bibliographie

- ADAMS, Samantha (2010a). « Blog-based applications and health information: two case studies that illustrate important questions for consumer health informatics (CHI) research », *International Journal of Medical Informatics*, vol. 79, n° 6, p. e89-e96.
- ADAMS, Samantha (2010b). « Revisiting the online health information reliability debate in the wake of Web 2.0: an interdisciplinary literature and Website review », *International Journal of Medical Informatics*, vol. 79, n° 6, p. 391-400.
- ANDERSON, Max (2009). « The medium is the messenger: using podcasting to deliver consumer health information », *Journal of Consumer Health On the Internet*, vol. 13, n° 2, p. 119-128.
- ARMSTRONG, Natalie et POWELL, John (2009). « Patient perspectives on health advice posted on Internet discussion boards: a qualitative study », *Health Expectations*, vol. 12, n° 3, p. 313-320.
- BAKER, Laurence et autres (2003). « Use of the Internet and email for health care information: results from a national survey », *Journal of the American Medical Association*, vol. 289, n° 18, p. 2400-2406.
- BONNEVILLE, Luc et Sylvie GROSJEAN (2007). « Les défis que soulève l'informatisation de la pratique médicale sur le plan de l'innovation technologique », *Canadian Journal of Communication*, vol. 32, p. 435-456.
- BUIS, Lorraine et Serena CARPENTER (2009). « Health and medical blog content and its relationships with blogger credentials and blog host », *Health Communication*, vol. 24, n° 8, p. 703-710.
- CANADA, STATISTIQUES CANADA (2010). *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, [En ligne], <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100510/dq100510a-fra.htm> (page consultée le 14 février 2011).
- CANADA, STATISTIQUES CANADA (2009a). *Annuaire du Canada 2008*, Ottawa, Statistiques Canada, 462 p.
- CANADA, STATISTIQUES CANADA (2009b). *Enquête sur le service téléphonique résidentiel*, [En ligne], <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/090615/dq090615c-fra.htm> (page consultée le 14 février 2011).
- HARDEY, Michael (2004). « Internet et société : reconfigurations du patient et de la médecine? », *Sciences Sociales et Santé*, vol. 22, n° 1, p. 21-43.
- INSTITUT CANADIEN D'INFORMATION SUR LA SANTE (2009a). *Nombre, répartition et migration des médecins canadiens 2008. Ressources humaines de la santé*, Ottawa, Institut canadien d'information sur la santé, 208 p.
- INSTITUT CANADIEN D'INFORMATION SUR LA SANTE (2009b). *Tendances des dépenses nationales de santé. 1975 à 2009*, Ottawa, Institut canadien d'information sur la santé, 154 p.
- KATZ, Steven et Cheryl MOYER (2004). « The emerging role of online communication between patients and their providers », *Journal of General Internal Medicine*, vol. 19, n° 9, p. 978-983.
- KAUFMAN, Neal (2010). « Internet and information technology use in treatment of diabetes », *International Journal of Clinical Practice*, vol. 64, n° s166, p. 41-46.
- LAGU, Tara et autres (2008). « Content of Weblogs written by health professionals », *Journal of General Internal Medicine*, vol. 23, n° 10, p. 1642-1646.
- MILLERAND, Florence, Serge PROULX et Julien RUEFF (2010). *Web social : mutation de la communication*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, 374 p.
- NORMANN, Kim et Rony MEDAGLIA (2009). « Online health consultations: demand and channel management », *ICIS 2009 Proceedings*, p. 36.
- OCDE (2009). *Eco-santé OCDE 2009. Statistiques et indicateurs pour 30 pays*, Paris, OCDE, 282 p.
- PATRICK, Kevin et autres (2008). « Health and the mobile phone », *American Journal of Preventive Medicine*, vol. 35, n° 2, p. 177-181.
- RESEAU TELEMEDECINE ONTARIO (2011). « À propos du ROT », *Chef de file en télémédecine*, [En ligne], <http://www.otn.ca/fr/otn/about-otn> (page consultée le 14 février 2011).



- RICHARD, Claude et Marie-Thérèse LUSSIER (éds.) (2005). *La communication professionnelle en santé*, Québec, Éditions du Renouveau Pédagogique inc., 864 p.
- SITTIG, Dean (2003). « Results of a content analysis of electronic messages (email) sent between patients and their physicians », *BMC Medical Informatics and Decision Making*, vol. 3, p. 11.
- TRI, Jeffrey et autres (2007). « Use of cellular telephones in the hospital environment », *Mayo Clinic Proceedings*, vol. 82, n° 3, p. 282-285.
- WONG, Reuben, Jane TAN et Douglas DROSSMAN (2010). « Here's my phone number, don't call me: physician accessibility in the cell phone and e-mail era », *Digestive Disease and Sciences*, vol. 55, n° 3, p. 662-667.