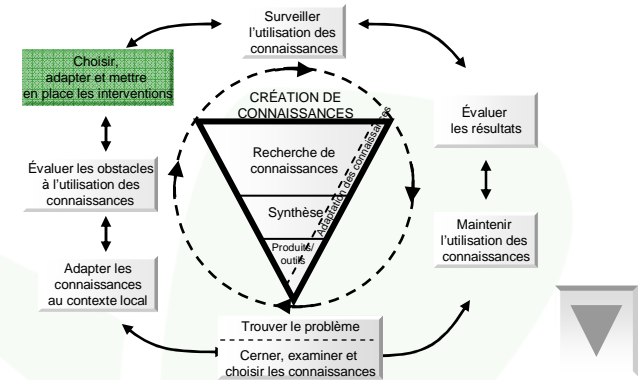




Choix des interventions d'AC



Section 3.5.3

Interventions de liaison et d'échange

Martin P. Eccles et Robbie Foy

Institute of Health and Society, Université de Newcastle



CIHR IRSC

Canada



Résumé de la section

Introduction

Activités de liaison et d'échange

Visites de sensibilisation

Leadership d'opinion

Courtiers de connaissances

Avenues de recherche

Résumé

Références



CIHR IRSC

Canada



Introduction

- Les professionnels de la santé travaillent dans des groupes de pairs qui partagent les mêmes croyances, les mêmes principes et les mêmes normes collectives
- Les comportements individuels peuvent être grandement influencés par ces facteurs sociaux
- Les visites de sensibilisation, le leadership d'opinion et le courtage de connaissances reposent sur les influences sociales et les relations interpersonnelles entre les professionnels de la santé





Visites de sensibilisation

- **Définition**

- Visite sur place des professionnels de la santé effectuée par une personne formée
- On parle aussi de « visite d'un délégué médical » ou de « formation continue en pharmacothérapie » pour décrire cette notion

- **Grands principes**

- Enquête auprès des professionnels afin de déterminer ce qui fait obstacle aux bonnes pratiques
- Élaboration d'une intervention visant à éliminer les obstacles à l'aide de messages simples
- Repérage des praticiens qui respectent peu les normes
- Mise en œuvre de l'intervention par une personne respectée
- Rétroaction sur les pratiques existantes auxquelles ont a souvent recours dans le cadre de l'intervention

- **Conclusions**

- Les améliorations sont constantes en ce qui a trait à la prescription, mais elles varient grandement pour les autres types d'activités professionnelles
- Aucune explication convaincante des écarts observés





Leadership d'opinion

- **Définition**

- Mesure dans laquelle une personne peut influencer les attitudes et les comportements des autres d'une manière informelle et assez fréquente
- Cette qualité s'acquiert par des compétences techniques, l'acceptation sociale et le respect des normes du système, et non en raison d'un poste ou d'un statut officiel dans le système

- **Caractéristiques d'un leader d'opinion :**

- Rôle accru dans les communications externes
- Statut social élevé
- Personne novatrice
- **Personne qui occupe une place unique et influente dans la structure des communication du système : elle est au centre des réseaux de communication interpersonnelle (réseaux de personnes mises en lien par un flot d'information structuré)**





Leadership d'opinion

- **Méthodes d'identification**
 - *Méthode sociométrique* : faisabilité variable au sein des différents groupes et des différents milieux professionnels
 - *Informateur*
 - *Autoproclamation* : l'efficacité n'a pas fait l'objet d'un examen rigoureux dans les milieux des soins de santé
 - *Observation*
- **Conclusions**
 - Les interventions des leaders d'opinion n'ont qu'une faible incidence sur la conformité





Courtiers de connaissances

- **Définition**

- « Le courtage de connaissances permet d'établir des liens entre les décideurs et les chercheurs, et de faciliter leur interaction afin qu'ils comprennent mieux leurs cultures professionnelles respectives et les objectifs de chacun, qu'ils influencent mutuellement leurs travaux, qu'ils forgent de nouveaux partenariats et qu'ils fassent la promotion de l'utilisation des données de la recherche dans la prise de décision. »

– *Fondation canadienne de la recherche sur les services de santé*



CIHR IRSC

Canada



Courtiers de connaissances

- **Raisons**

- Les liens ténus entre les chercheurs et les responsables des politiques
- Les résultats de la recherche doivent être vus comme une étape du processus, et non comme une fin
- Le courtage de connaissances devrait permettre une meilleure intégration de la recherche dans les politiques et les pratiques

- **Conclusions**

- Intervention récente; il est donc difficile d'en mesurer l'efficacité





Avenues de recherche

- Évaluation du rôle des responsables des visites de sensibilisation dans un plus grand nombre de milieux
- Détermination des principales caractéristiques des comportements des cliniciens et des équipes, ou des contextes qui se prêtent au leadership d'opinion, au courtage de connaissances et aux visites de sensibilisation
- Explication des principales caractéristiques conceptuelles des courtiers de connaissances et de leur efficacité
- Efficience de chacune des trois interventions





Résumé

- Les leaders d'opinion et les visites de sensibilisation peuvent mener à des changements mineurs, mais bénéfiques, du comportement des professionnels de la santé
- L'efficacité de ces interventions n'est pas bien évaluée
- L'efficacité des courtiers de connaissances est difficile à mesurer





Références

- 1 Mittman BS, Tonesk X, Jacobson JD. « Implementing clinical practice guidelines: social influence strategies and practitioner behaviour change », *Qual Rev Bull* 1992:413-22.
- 2 O'Brien MA, Rogers S, Jamtvedt G, Oxman AD, Odgaard-Jensen J, Kristoffersen DT et al. « Educational outreach visits: effects on professional practice and health care outcomes », *Cochrane Database of Systematic Reviews* 2007[4]:CD000409.
- 3 Rogers EM. *Diffusion of Innovations*. 4^e édition, New York, Free Press, 1995.
- 4 Grimshaw JM, Eccles MP, Greener J, Maclennan G, Ibbotson T, Kahan JP et al. « Is the involvement of opinion leaders in the implementation of research findings a feasible strategy? », *Implementation Science*, 2006;1:3.
- 5 Doumit G, Gattellari M, Grimshaw J, O'Brien MA. « Local opinion leaders: effects on professional practice and health care outcomes », *Cochrane Database of Systematic Reviews* 2007;24 janv.[1]:CD000125.
- 6 Innvaer S, Vist GE, Trommaid M, Oxman A. « Health policy-makers' perceptions of their use of evidence: a systematic review ». *J Health Serv Res Pol* 2002;7:239-44.
- 7 Lormas J. « The in-between world of knowledge brokering ». *BMJ* 2007;20[334]:129-32.

