

## Projektbeskrivelse

### Apotekets onlinerådgivning

De senere år og specielt under COVID-19 pandemien overgik meget kommunikation mellem patient og sundhedsprofessionel til onlineplatforme som fx Skype, Teams eller pr. telefon eller mail. Denne tendens er fortsat efter både patienter og sundhedsprofessionelle har fundet ud af, at dette i nogle tilfælde kan være en hensigtsmæssig kommunikationsplatform.

I 2019-2020 udførte Pharmakon en litteraturgennemgang om, hvordan forholdet mellem patient og sundhedsprofessionel påvirkes ved brug af online kommunikationsplatforme. Litteraturgennemgangen viste, at kommunikationsplatforme påvirker mødet mellem patient og sundhedsprofessionel, og derfor er det vigtigt, at sundhedsprofessionelle er opmærksomme på de forskellige platformes muligheder og begrænsninger. Der er flere fordele ved brug af platformene, herunder øget tilgængelighed af de sundhedsprofessionelle. Online kommunikationsplatforme egner sig i kommunikationen med patienter, der kan have gavn af løbende vurdering og støtte, og patienter, der fysisk ikke kan overkomme at møde op til fx samtale pga. enten fysiske eller psykiske udfordringer. Det vil sige, at online kommunikationsplatforme åbner muligheden for at kommunikere med patienter, der ellers er svære at nå (1).

Vi ser i Danmark at bl.a. praktiserende læger benytter sig af videomøder og skriftlig kommunikation med deres patienter.

Nogle apoteker afprøver også videomøder til levering af medicinsamtaler. Chatfora og videomøder benyttes som led i en onlinerådgivningsløsning på onlineapoteker i Danmark. E-mail-konsultation og telefonkonsultationer er en mulighed på alle danske apoteker, og telefonsamtaler benyttes til opfølgning på sundhedsydelse fx medicinsamtaler.

Ovennævnte kommunikationsplatforme giver apoteket mulighed for at tilbyde rådgivning til de af apotekets kunder, der ikke fysisk kommer på apoteket. Online kommunikationsplatforme samt telefon åbner muligheden for at kommunikere med kunder, der ellers kan være svære at få en dialog med.

I arbejdet med mentalisering fokuseres på det fysiske møde med kunderne på apoteket, og hvordan apotekspersonalet lykkes bedre med at møde kunderne hvor de er, gennem et mentaliserende mindset og mentaliserende kommunikation. Det handler om en tilgang til kunderne, samt en opmærksomhed på, hvordan der verbalt og nonverbalt kommunikeres – samt hvilke opmærksomheder apotekspersonalet skal have. Disse erfaringer er betinget af, at man mødes fysisk.

Med den stigende andel af onlinekommunikation med kunder, specielt på de platforme, hvor apoteket ikke har mulighed for at se kunden, er der behov for at oparbejde viden på området.

Men hvordan sikrer man at videreføre den viden og gode praksis, fra mentalisering på apotek til kundemøder, hvor kunde og apoteksmedarbejder ikke kan se hinanden? Det mangler vi at vide.

### Formål

Formålet med projektet er at afdække litteratur for viden om, hvordan sundhedsprofessionelle kommunikerer på onlineplatforme, hvor de ikke kan se den de kommunikerer med, herunder tilgang til patientcentrering.

Desuden er det formålet med projektet at afdække, hvordan danske apoteker kommunikerer med deres kunder på platforme, hvor de ikke kan se kunden, de kommunikerer med.

## Problemstillinger

### Litteraturarbejde

1. Hvordan kommunikerer sundhedsprofessionelle over telefon og på skrift med deres patienter?
2. Hvad er graden af patientcentrering?
3. Hvilke tegn der er i skriftlig kommunikation og i telefonkonsultationer, der kan være signaler, de sundhedsprofessionelle skal være særlige opmærksomme på?

### Analyse af ikke-fysiske kundedialoger

4. Hvordan er dialoger mellem apotek og kunder over telefon?
5. Hvordan er dialoger mellem apoteket og kunder skriftligt, fx i chatfora og e-mails?

## Design og metode

Projektet udføres i tre trin:

1. Litteraturstudie, der afdækker hvordan onlinedialoger, hvor det ikke er muligt at se kunden, gennemføres. Der søges desuden viden om, hvilke tegn, der i disse dialoger, kan være signaler til den sundhedsprofessionelle om, at de skal være særligt opmærksomme
2. Analyse af udskrevne kundedialoger dialoger mellem apotek og kunder vedr. deres medicin, i chat og e-mailkorrespondance.
3. analyse af udskrevne telefonsamtaler mellem apotek og kunder vedr. deres medicin.

### Litteraturstudie

Der gennemføres en søgning på Pubmed og Psycinfo ved brug af søgeord som fx "online communication" og "interaction analysis" fra marts 2023 til dagens dato. Der suppleres med studier fundet ved en tidligere søgning om emnet foretaget i marts 2023.

### Inklusionskriterier:

- Dansk, skandinavisk eller engelsk sprog
- Periode: fra marts 2023-
- Beskrivelser af, hvordan sundhedsprofessionelle kommunikerer over telefon og skriftligt med patienter fx:
  - Automatiserede beskeder (fx apps)
  - Chat
  - E-mail

### Eksklusionskriterier:

- Hvis der kun er beskrivelse af indhold på de ovennævnte kommunikationsplatforme
- Barrierer og facilitatorer for sundhedskommunikation på ovennævnte kommunikationsplatforme
- Studier, der omhandler videomøder

Maks. 30 artikler inkluderes og opsummeres i en tabel og resultaterne skrives sammen i en rapport.

### Analyse af ikke-fysiske kundedialoger

Der inkluderes tre apoteker: et onlineapotek, som både kommunikerer skriftlig og via telefon med deres kunder på daglig basis og to apoteker (by og land), der begge har så

mange private forsendelseskunder<sup>1</sup>, at de er i kontakt med dem pr. telefon eller e-mail flere gange om ugen.

I en nærmere bestemt afgrænset periode indsamles der fra de tre apoteker:

- 10 dialoger på e-mail
- 10 dialog på chat
- 10 optagne telefonsamtaler.

Alle dialoger udskrives fuldt.

Der foretages en analyse(2) af disse udskrifter. Analyse, vil være en form for en tekstanalyse, der er benyttet i tidligere studier i apotekspraksisforskning(3) til at undersøge interaktionen mellem apoteksmedarbejder og kunde. Apotekets måde at respondere på kundens svar ved vi fra mentalisering kan påvirke kundens engagement i samtalen. På den måde kan analysen belyse, hvad der i apotekets og kundens adfærd, der fremmer eller hæmmer dialogen med kunden – og dermed kundecentreret rådgivning.

Der vil således laves en analyse af udskrifternes indhold, hvad skrives der om, hvem tager initiativ, hvordan og hvornår responderer kunden på det apoteker skriver/siger og omvendt osv. Analysen gennemføres i samarbejde med forskere med speciale i dette felt.

### Formidlingsplan

Resultater af litteraturstudiet formidles i en rapport samt ved en optaget video. Hvis relevant, formidles resultaterne af konversationsanalysen i en videnskabelig artikel sammen med SDU. Der optages endvidere en video. Resultaterne formidles desuden ved relevante nationale og internationale kongresser.

### Projektorganisering og samarbejdsrelationer

Projektet gennemføres af en projektgruppe bestående af:

Charlotte Verner Rossing, forsknings- og udviklingschef, Pharmakon  
 Mira El-Souri, udviklingskonsulent, Pharmakon  
 Anette Grønning, forsker i digital kommunikation, Syddansk Universitet  
 Farmaceut fra et onlineapotek som fx [www.apopro.dk](http://www.apopro.dk)

### Tidsplan

Tidsplan er beskrevet i nedenstående skema.

Tidspunkt 2024	Aktivitet
Forår	Gennemførelse af litteraturstudie
Forår	Formidling af litteraturstudie i en tabel
Sommer	Dataindsamling
Sommer	Lingvistiske analyser af dialoger mellem apotek og kunder
Sommer/efterår	Formidling

<sup>1</sup> Private forsendelseskunder, som håndterer deres egen medicin. Det vil sige borgere, der bor på plejehjem, bosteder eller modtager hjælp til håndteringen af medicinen af hjemmeplejen er ikke inkluderet.

### Referenceliste

1. El-Souri M, Hansen RN, Husted GR, Rossing CV. Evidens for apotekspraksis - Hvordan agerer sundhedsprofessionelle, når de bruger digitale platforme til kommunikation med patienterne? Hillerød: Pharmakon; 2020 [Available from: <https://www.pharmakon.dk/media/1999/artikel-om-digitale-platforme.pdf>].
2. Maynard DW, Heritage J. Conversation analysis, doctor-patient interaction and medical communication. *Med Educ.* 2005;39(4):428-35.
3. Fosgerau CF, Husted GR, Clemmensen NB, Rossing CV, Kaae S. Using qualitative methods to explore the dynamics of patients' perspective sharing in community pharmacy counseling—conversation analysis and video-stimulated recall interviews. *Pharmacy Practice.* 2021;19(4):1-12.