

TABLE OF CONTENTS

- 01** OBIETTIVI
- 02** DESCRIZIONE DEL CORPUS
- 03** KEY INSIGHTS
- 04** FOCUS
- 05** RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI



1. OBIETTIVI



OBIETTIVI DEL PROGETTO

Health Communication Monitor è un progetto lanciato da ALMED, Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo, e ALTEMS, Alta Scuola in Economia e Management dei Sistemi Sanitari, con l'obiettivo di costituire un **osservatorio privilegiato** tanto per la **ricerca** quanto per i **professionisti** che operano nell'ambito della comunicazione della salute nel settore pubblico e privato e per i **policy makers**.

Health Communication Monitor si configura quindi come un progetto di **terza missione** finalizzato alla disseminazione delle conoscenze scientifiche e al dialogo con gli stakeholder e i policy maker.

Si tratta di una **newsletter**, a cadenza **bimestrale**, che informa sulle **ricerche più recenti sul tema della comunicazione della salute** e della relazione con i media, mettendo a fuoco le implicazioni sociali e culturali di questo ormai inscindibile binomio.

2. DESCRIZIONE DEL CORPUS

Sono stati individuati i risultati di ricerca più pertinenti legati alle parole chiave health+communication, health+media e health+(visual/performing) art nel periodo **febbraio - maggio 2023**.

Dei 65 contributi selezionati, 63 sono quelli analizzati. Sono stati infatti esclusi introduzioni, editoriali e lavori non pubblicati disponibili solo in bozze pre-proof, articoli non pertinenti, altre lingue che l'inglese e l'italiano o già analizzati nei precedenti numeri.

I contributi analizzati sono così suddivisi: 61 saggi in rivista che presentano ricerche originali e 2 saggi in rivista che presentano review (literature, systematic, meta-analysis).

I contributi legati al tema del **Covid-19** sono il 36% del totale (23 saggi), in linea con i precedenti numeri.

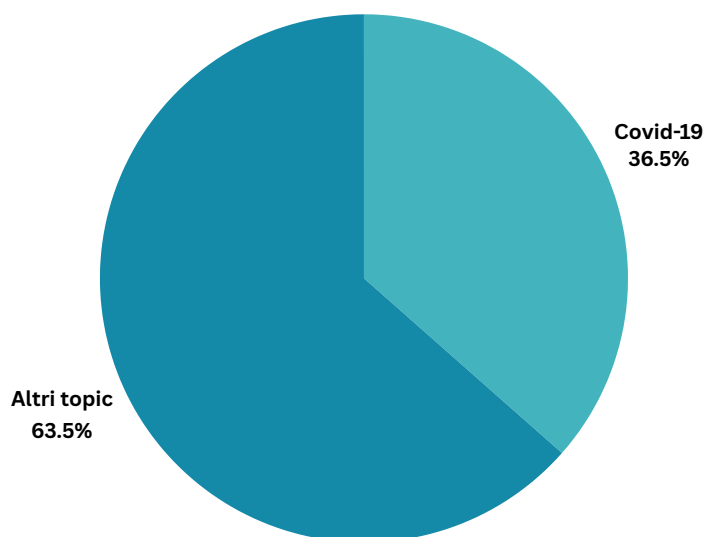


Figura 1 - Percentuale di topic dedicati al Covid-19 nel corpus

3. KEY INSIGHTS



Oltre alla systematic review, di cui si darà conto dei principali topic, il numero contiene un **focus su Comunicazione, fertilità e natalità** realizzato anche raccogliendo i contributi scientifici dell'evento *Fertilità e natalità: le sfide per la comunicazione* svoltosi il 30 gennaio 2024 presso Palazzo Baldassini a Roma e sostenuto dal contributo incondizionato di Farmindustria.

- **Campagne di promozione della salute**

Le ricerche dedicate alle campagne di promozione della salute pubblica sottolineano la necessità di non considerare solo il pubblico primario, ma anche i pubblici secondari. Ad esempio, una campagna video per promuovere la salute dei giovani atleti realizzata dai CDC statunitensi mostra che fra i target considerati manca quello degli allenatori, attori comunque importanti nella tutela della loro salute (Quick et al., 2023).

Compaiono inoltre nuovi target, ad esempio la necessità di coinvolgere gli uomini in tematiche di salute tradizionalmente considerate femminili, come l'aborto spontaneo (Horstman et al., 2023) e il vaccino HPV (Huang & Li, 2023).

Le ricerche mostrano anche l'importanza del confronto sociale mediante l'assimilazione e l'autovalutazione nel migliorare gli stili di vita. Un'analisi dei fattori legati alla salute dei figli mediante un disegno sperimentale ha mostrato che i genitori che vedono sui social media figli di altri avere migliori abitudini alimentari e fare più pratica sportiva sono più propensi ad assimilare i loro figli a questi ultimi rispetto a genitori che hanno visto contenuti con abitudini peggiori. Ciò, a sua volta, ha aumentato l'autovalutazione dei genitori e ha influito positivamente sulla loro intenzione di impegnarsi in pratiche genitoriali sane in futuro (Rheu et al., 2023).

Rispetto al contenuto delle campagne, uno dei punti su cui insistono le ricerche è se fare leva più sulla perdita o più sul guadagno (*loss vs gain*) nella promozione di specifici comportamenti. Una nuova ricerca mostra come i messaggi misti non sono più efficaci di quelli che si concentrano solo su *loss* o *gain* ma anche che l'applicazione di un frame misto o legato solo al *loss* è più efficace di una strategia legata solo al *gain* (Hort et al., 2023).

- **Formazione dei professionisti sanitari e comunicazione a pubblici specifici**

L'attenzione ai cittadini che sono o rischiano di essere lasciati al margine dei processi di salute, come i migranti. Diversi saggi sottolineano l'importanza di formare i professionisti della salute sulla cultura e sulle credenze religiose dei diversi gruppi etnici o culturali presenti. Lo sbilanciamento di potere fra i professionisti e le minoranze etniche può portare, infatti, i pazienti a percepire il percorso di cura come un'esperienza depersonalizzazione (Ahmed & Mao, 2023; Zhao, 2023).

- **Social media**

A proposito dei social media, numerose sono ricerche che riguardano il loro uso durante la pandemia, ma anche in altri contesti. Le funzioni che ricoprono i social media sono quelle di espressione e di supporto sociale e di sfogo, ad esempio per quanto riguarda la salute mentale. Questo porta alla possibilità di poter usare il monitoraggio dei social media per trarre degli insight rispetto ad alcune situazioni particolari, per esempio i momenti di crisi (Bak et al., 2023). Un'interessante systematic review porta ad analizzare come il comportamento dei social media venga considerato o meno "normale" in relazione con la salute e il benessere. Lo studio nota come le ricerche analizzate si focalizzino in maniera sproporzionata sulle implicazioni negative dei social media per questi due aspetti. Sarebbe opportuno, invece, investigare la molteplicità di attività che gli utenti svolgono sui social media e costruire impianti teorici che considerino anche esiti positivi per la salute e il benessere (Bekalu et al., 2023).

Due articoli lavorano sulla rappresentazione del consumo di alcolici sui social media e si nota come ci sia relazione fra l'uso dei social media e la costruzione di un'identità di persona astemia o persona non astemia, mostrando come i social media possono avere un ruolo nella socializzazione rispetto al consumo di alcol fra i giovani adulti (Geusens & Beullens, 2023a, 2023b).

Il confronto fra i tweet e le ricerche web di Google sul cancro al seno, al polmone e alla prostata tra il mese nazionale per la prevenzione del cancro e un mese di sensibilizzazione non sul cancro nel 2018. Ci sono tre risultati chiave. In primo luogo, fare affidamento solo sui tweet pubblici può comportare la perdita di opportunità di identificare la potenziale disinformazione sul cancro rilevata dalle ricerche web private. In secondo luogo, i tweet sul cancro al polmone erano più sensibili all'ambiente informativo esterno: i tweet sono diventati sostanzialmente pessimisti dopo la fine del mese di sensibilizzazione sul cancro. Infine, il panorama della comunicazione sul cancro è stato ampiamente democratizzato, senza canali di rilievo che dominassero le conversazioni su Twitter (Lee et al., 2023).

Riguardo alle informazioni reperite online dai pazienti, si mostra come raramente essi ne discutano con i propri professionisti della salute, limitando la possibilità di ridurre la disinformazione (Linn et al., 2023).

Infine, un tema emergente della ricerca riguarda i professionisti della salute che si presentano come divulgatori e influencer sui social media. Uno studio sui terapeuti sui social media ne discute le implicazioni deontologiche, concludendo come spesso le linee guida presenti non vengano rispettate in modo continuo e coerente (White & Hanley, 2023).

- **Pandemia da Covid-19**

Rispetto alla pandemia di Covid-19 emergono temi già trattati nei precedenti numeri, ma con spunti originali.

Riguardo alla narrazione della pandemia da parte dei giornalisti si sottolinea la best practice del Portogallo in cui i giornalisti hanno svolto in modo eccellente la funzione di raccontare e presentare le misure di contenimento adottate (Araújo et al., 2023).

Uno dei temi più affrontati dagli studiosi è stato il tono di voce e il tipo di messaggio da veicolare.

Nuovi studi sottolineano diversi punti di vista. Uno studio analizza una campagna svolta dal Governo Australiano con influencer dedicata alla diffusione di messaggi legati alla pandemia da Covid-19. I risultati mostrano come i messaggi di intrattenimento, ovviamente, sono più in linea con gli influencer che sono noti per il loro valore di intrattenimento e che essi sono più favorevolmente condivisi dagli utenti. I governi devono quindi mediare la costruzione di fiducia e credibilità con un tono di voce che possa essere più accattivante per il pubblico (Cover et al., 2023).

Infine, rispetto al tema dei vaccini, il cambio delle politiche rispetto ai vaccini e le loro priorità durante il COVID-19 ha mostrato come questa variazione può portare delle conseguenze indesiderate e quindi è importante bilanciare l'aggiustamento delle policy con il mantenimento di una comunicazione coerente e chiara.

4. COMUNICAZIONE, FERTILITA' E NATALITA'

LO SCENARIO

L'Italia è uno dei paesi con la minore natalità, con 1,18 figli per donna di cittadinanza italiana (dati [ISTAT 2023](#)) e con oltre il 15% delle coppie con problemi di fertilità ([dati Ministero della Salute](#)). Con un tale tasso di natalità ci si attende che la popolazione italiana abbia un calo importante nei prossimi anni. Sempre secondo le [proiezioni ISTAT](#), infatti, se venissero confermati questi trend, la popolazione italiana passerà dai 59 milioni al 1° gennaio 2022 a 58,1 milioni nel 2030, a 54,4 milioni nel 2050 fino a 45,8 mln nel 2080.

La minore natalità e fertilità sono quindi temi con risvolti importanti a livello individuale e sociale, che impattano sulla sfera privata tanto quanto su quella sociale, coinvolgendo direttamente aspetti quali la gestione della salute e del welfare.

A causa della complessità e multifattorialità di questo fenomeno non si tratta di un tema di facile risoluzione ma che è assolutamente rilevante e centrale per l'agenda politica, istituzionale e sociale.

L'evento *Sostenere la natalità: le sfide per la comunicazione* che si è svolto presso Palazzo Baldassini a Roma il 30 gennaio 2024, ha affrontato questa tematica da un punto di vista originale, ovvero quello della comunicazione. Al di là delle scelte individuali è infatti importante creare consapevolezza sui rischi connessi alla denatalità e favorire una prevenzione della fertilità e creare una cultura della natalità. In questi ambiti la comunicazione può avere un ruolo strategico. Presso i giovani, per esempio, si può promuovere la consapevolezza di tutelare la propria salute procreativa, adottando comportamenti corretti e stili di vita che possano preservarla nel tempo.

Si tratta, però, di individuare canali e modalità comunicative adatte ai diversi pubblici, anche mediante l'uso dei media digitali.

Attraverso il dialogo fra istituzioni, mondo aziendale e ricerca, la condivisione di dati, best practice e progetti di ricerca, l'evento cercherà di migliorare la comprensione del fenomeno, individuare le sfide e le opportunità e delineare possibili linee di intervento.

4.1. FERTILITÀ, MEDIA E COMUNICAZIONE: QUALE RELAZIONE?

Un primo dato di interesse sull'approfondimento delle ricerche pregresse sul tema è il fatto che non sia un topic particolarmente esplorato dalla letteratura internazionale e prevalentemente di area medica, meno di area sociologica e comunicazione.

I contributi individuati si concentrano su alcuni topic specifici:

1. La relazione fra l'accesso ai mass media e fertilità

A partire da uno dei primi contributi realizzato nel 1976 (Williams Sherwood & Singh Krishna, 1976), diversi sono gli studenti che hanno provato ad analizzare la correlazione fra la diffusione dei mass media in uno specifico paese (o in più paesi) e i tassi di natalità. Fra le due variabili emerge una correlazione: a un maggiore accesso ai mass media corrisponde un minore tasso di fertilità. Su questo dato le diverse ricerche sono convergenti, sino ad ipotizzare che si possano trarre dei dati predittivi sui comportamenti collegati alla fertilità alla variazione dell'accesso ai media. Lungi dall'essere spiegabile come una relazione diretta, il rapporto fra le due variabili è certamente multifattoriale.

L'analisi di Hornik e McAnay (2001) fornisce una serie di ipotesi interessanti:

- L'analisi degli effetti delle campagne si concentrano per la maggior parte su campagne volte a promuovere la pianificazione familiare e la contraccezione, con risultati positivi sul breve termine ma mancano analisi sul lungo periodo.
- Vi sono effetti dell'accesso ai media non legati al contenuto (ad esempio la riduzione del tempo dedicato ad altre attività, le spese legate all'acquisto dei dispositivi mediatici).
- L'effetto dei media sulle élite: l'esposizione ai tipici contenuti televisivi nazionali importati o cosmopoliti può influenzare il modo in cui le élite vedono il mondo e a loro volta avere effetto sulle scelte politiche e sociali. Pertanto, una considerazione positiva per valori come l'uguaglianza femminile, le famiglie piccole, il dibattito aperto sulla sessualità e la contraccezione, l'accettazione della tecnologia medica, può essere appresa dai media e influenzare il sostegno alle politiche che favoriscono la riduzione della fertilità.
- Gli effetti legati al contenuto, ad esempio i modelli femminili e familiari presentati all'interno di prodotti informativi o di fiction.

I due autori concludono che se la diffusione dei mass media ha effetti sulla fertilità, questo fenomeno riflette un processo sociale complesso piuttosto che un effetto diretto dei media o un processo di apprendimento discreto: canali multipli che forniscono messaggi di rinforzo nel tempo, producono discussioni interpersonali e un lento cambiamento di valori e lavorano a un livello di aggregazione sociale superiore a quello individuale.

2. L'effetto di framing

Anche rispetto ai temi legati alla fertilità e alla natalità, i media hanno il potere di fornire dei quadri interpretativi e dei repertori discorsivi per rappresentare e raccontare le proprie scelte. Come sottolineato nel paragrafo precedente, il media framing non riguarda in senso stretto solo il tema della fertilità ma anche le rappresentazioni del ruolo della donna, dei modelli famigliari, delle dinamiche genitoriali.

Rispetto al tema della rappresentazione socio-culturale della fertilità vi sono alcuni studi interessanti.

Il primo riguarda la rappresentazione dell'infertilità sui media canadesi ed emerge che il fenomeno viene fortemente semplificato, riconducendo l'infertilità al posticipare l'aver il primo figlio, propone come soluzione tecniche di PMA e presenta il problema come squisitamente femminile.

3. Campagne a sostegno della fertilità

Dai precedenti paragrafi si può notare come la relazione fra media e fertilità sia spesso in negativo, ovvero come l'accesso ai media si correli – sebbene in modo multifattoriale – con un calo della fertilità. Come si vedrà con gli approfondimenti dei proff. Di Pietro e Rosina, la promozione della natalità e la tutela della fertilità sono oggi due temi cruciali per invertire l'inverno demografico italiano e le sue implicazioni socio-culturali.

Gli studi che analizzano le campagne a sostegno della fertilità sono limitati.

Si segnalano uno studio danese che analizza i risultati di una campagna svolta presso i giovani adulti per favorire il controllo della qualità dello sperma, con esiti incerti, e gli studi che hanno analizzato la ricezione della campagna Fertility Day svolta in Italia dal Ministero della Salute nel 2016.

4. Il ruolo dei social media

Gli studi più recenti mettono a tema il ruolo dei social media come

- Spazi di supporto per coloro che sperimentano problemi di infertilità.
- Il ruolo degli influencer nel dominare alcuni trend e proporre contenuti legati alla fertilità e all'infertilità (ad esempio uso di app per la fertilità, social freezing).
- Unire discorsi attorno ad hashtag specifici che costituiscono aggregazioni temporanee di utenti (es. #babyfever a livello internazionale, #fertilityday in polemica con il Fertility Day lanciato nel 2016).

Conclusioni

Quale può essere dunque il ruolo della comunicazione?

- Promuovere consapevolezza degli stili di vita e delle buone pratiche per tutelare la propria salute e la propria fertilità nel tempo, al di là delle scelte individuali
- Usare la comunicazione come leva strategica per campagne informative che tengano conto della sensibilità del tema, delle modalità di rappresentare i temi e dei diversi pubblici coinvolti, dei media utilizzati da ciascuno
- Sostenere altri interventi strutturali (istituzionali, politici, sociali) a sostegno della natalità e delle famiglie

4.2. LA CULTURA DELLA GENERATIVITÀ E IL RUOLO DELL'UNIVERSITÀ

Intervento della prof.ssa Raffaella Iafrate, Prorettrice e Delegata del Rettore alle Pari Opportunità Università Cattolica del Sacro Cuore

1. Generatività e società

Nella seconda metà del secolo scorso Erik Erikson psicologo e psicoanalista tedesco naturalizzato statunitense scrive diversi contributi in cui delinea la cosiddetta teoria degli otto stadi dello sviluppo sociale identificando come obiettivo fondamentale dell'età adulta la "generatività" opponendola al concetto di "stagnazione". In altre parole, la persona che diventa adulta è in grado ed è chiamata a generare, sia dal punto di vista biologico e fisico, sia dal punto di vista psicologico e culturale. Generatività è dunque un concetto che trascende la soddisfazione individuale e che si traduce in un'apertura dall'individuale al sociale-comunitario.

La generatività consiste, come dice Erikson, in un interessamento in costante espansione per ciò che è generato per amore, per necessità, o per caso e che supera l'adesione ambivalente a un obbligo irrevocabile e si traduce nella capacità di prendersi cura delle persone, dei prodotti e delle idee verso cui si è preso un impegno.

Tale tendenza indica la capacità di uscire dalla narcisistica esclusiva preoccupazione di sé per prendersi cura delle nuove generazioni. Condizione fondamentale perché l'adulto sia "generativo" è che egli abbia raggiunto un equilibrio tra dimensioni di bisogno individuale e dimensioni di responsabilità verso l'altro. "Totale intimità" e "totale alterità" sono infatti i due estremi che si toccano nell'esperienza del generare. Gli aspetti individuali sono dunque fondamentali, ma non sufficienti per definire una piena identità adulta. Il superamento di una prospettiva individualistica è anche la condizione che consente di passare da una concezione di generatività biologica a una concezione di autentica generatività sociale. Negli anni 2000 St. Aubin, Mc Adams, e Kim (2004) descrivono la generatività sociale come interesse a impegnarsi ad andare al di là di se stessi per promuovere le future generazioni. Mentre la generatività biologica assicura la continuità del proprio patrimonio genetico, quella sociale si estende a tutti i ragazzi che devono diventare adulti. Il fallimento della generatività sociale minaccia, dunque, il futuro dell'intera società, producendo una situazione di stagnazione sociale.

Secondo questa prospettiva potremmo dire che, come l'individuo, anche la famiglia, i gruppi e le comunità riescono a realizzare pienamente il loro compito quando sono generative, ossia quando sono in grado di produrre qualcosa che eccede loro stesse e di prendersi cura di progetti che vanno oltre il sé. Come afferma Eugenia Scabini "prendersi cura dei figli degli altri come se fossero i propri".

È generativo ciò che in una famiglia, in un gruppo, in una comunità si produce in un'ottica di novità, di creatività, di capacità di adattarsi ai cambiamenti, di sviluppo di progetti oltre al sé, oltre la chiusura nel proprio guscio ed è degenerativo tutto ciò che stagna, è fermo, non riesce a produrre niente oltre sé stesso.

Peraltro la generatività è propria dell'incontro di differenze e ciò è vero a partire dal punto di vista biologico, fino a quello psichico, culturale e sociale. È solo dunque nella relazione con "l'altro da sé" che è possibile realizzare obiettivi generativi.

Occorre però sottolineare che l'obiettivo generativo non coincide necessariamente con il benessere e la soddisfazione immediati. Così come per generare biologicamente occorre passare dalla fatica del parto, anche la generatività sociale non è necessariamente e immediatamente un'esperienza di benessere e di soddisfazione, perché come ogni esperienza relazionale ci fa fare i conti con il limite, con la fatica della rinuncia all'onnipotenza e del confronto con la differenza, potremmo dire col conflitto e l'incertezza.

D'altra parte il generare è profondamente radicato nella nostra condizione di generati, ossia nel nostro essere "figli", in qualche modo "dipendenti, legati limitati da un'origine non scelta", condizione umana tra le più "democratiche" perché ci riguarda tutte e tutti. Nella misura in cui sono consapevole di essere un "generato" do senso e riconosco la spinta a generare oltre il mio limite e nella misura in cui sono grato di essere generato, avrò desiderio di generare per dono e per amore.

A partire da queste considerazioni si può forse intuire perché la generatività è stata particolarmente messa alla prova in questi ultimi decenni: l'individualismo che fatica a capire la portata sociale delle scelte personali e familiari; il disconoscimento del valore della differenza e dell'incontro con l'alterità, che solo può generare eccedenza; una visione appiattita sul presente che censura il tema dell'origine e dello scopo della vita umana, dimenticando che siamo tutti generati e potenzialmente generanti; in altre parole, la negazione del limite e della strutturale relazionalità dell'umano che non si può definire al di fuori del legame con l'altro.

Sono queste tendenze culturali che probabilmente stanno – ovviamente insieme ad altre condizioni – alla radice della difficoltà di proiettarsi verso il futuro e di investire nel dare la vita a nuove generazioni.

Ecco perché, proprio in questo momento di crisi e di passaggio appare particolarmente importante rilanciare l'obiettivo generativo dell'umano opponendosi alle derive degenerative frutto della paura e delle emozioni negative.

Le relazioni, infatti, di qualunque tipo esse siano, coniugale, fraterna, amicale, intergenerazionale, tra stirpi, tra gruppi, tra comunità, tra popoli, vivono e si sviluppano costantemente in una tensione drammatica e mai risolta tra generatività e degeneratività. Esse sono generative, quando producono «beni» non solo individuali, quali benessere, risorse, capacità di attivarsi e fronteggiare le sfide, ma anche relazionali, ovvero comportamenti prosociali, fiducia nell'altro e mantenimento di relazioni funzionali e benefiche; all'opposto, divengono degenerative quando generano sofferenza, depauperamento delle risorse fino, nelle situazioni estreme, a strappi o fratture relazionali e alla patologia vera e propria.

Non è un caso che la parola generatività sia anche alla radice della parola felicità. Felicità deriva da PHYO (fùo – greco) che vuol dire generare, da cui fe-lix (latino), che significa fruttifero (arbor felix) e ha la stessa radice delle parole fecondo, fertile.

Il senso autentico della felicità sta dunque proprio nella generatività e per questo la generatività è la condizione per realizzare la felicità, che è molto di più della semplice soddisfazione individuale. Forse è questo il messaggio che dovremmo veicolare alle nuove generazioni minacciate da un futuro stagnante, perché spaventato, bloccato, o peggio non pensato in una sorta di rimozione collettiva.

2. Il ruolo dell'Università in questa sfida culturale

Il compito di un'Università è quello di offrire spazi di riflessione, aumentare la consapevolezza, fungere da cassa di risonanza per sensibilizzare le nuove generazioni a temi importanti e produrre così cambiamento sociale.

È anche una comunità fatta di persone (studenti e studentesse, docenti, personale tecnico amministrativo) che vanno considerate secondo un modello integrato della persona dove identità familiare e professionale sono in dialogo e non si contrappongono in una prospettiva dicotomica e conflittuale. Occuparsi di genitorialità nel proprio ambiente di lavoro non rappresenta dunque un'anomalia o una distrazione dall'impegno professionale, ma una forma di potenziamento e valorizzazione di una parte importante dell'identità delle persone.

Essere genitori è un'esperienza che può arricchire anche la propria realtà professionale (e viceversa). Mettere al centro delle riflessioni la questione della natalità, o meglio ancora della genitorialità, è una scelta che come Task force sulle Pari Opportunità stiamo portando avanti. Si tratta di circa quaranta componenti in ambito accademico, amministrativo e studentesco su tutte le sedi che operano nel Gender Equality Plan (GEP) e nella GEP Unit, nel Comitato per le Pari Opportunità, nel Tavolo del Piano strategico d'Ateneo, organismi che prevedono azioni concrete in ambito organizzativo, formativo, culturale e di ricerca che rappresentano un importante segnale della crescente centralità che il tema delle pari opportunità sta assumendo nel nostro Ateneo.

In particolare, all'interno del GEP è presente una sezione interamente dedicata al tema della conciliazione lavoro-famiglia, che prevede la realizzazione di azioni e progetti di sostegno della genitorialità di docenti, personale amministrativo e studenti/studentesse.

Il Tavolo 7 del Piano strategico di Ateneo sulle Pari Opportunità ha a sua volta progettato azioni di sostegno alla famiglia e alla genitorialità, forme di supporto economico e logistico e attivazione di servizi per i genitori anche a partire dall'ascolto e dall'analisi dei bisogni attraverso survey e focus teams; erogazione di corsi di enrichment familiare per studenti, docenti e pta che vivono l'esperienza della genitorialità.

Il CPO inoltre promuove eventi culturali, supervisiona la stesura delle linee guida per la tutela del Diritto allo studio e per il sostegno alla genitorialità di studentesse e studenti, favorisce i contatti interuniversitari e con associazioni che si occupano di PO e collabora e sostiene i progetti del Piano strategico e del GEP, anche favorendo il confronto con altre realtà nazionali e internazionali sul tema.

L'idea di fondo è che la genitorialità non sia solo una questione materna e non solo "privata", ma sia una questione di coppia, di famiglia e di società: sia cioè un progetto che riguarda madri e padri insieme ed abbia una portata intergenerazionale e sociale.

Da un punto di vista psicologico la conciliazione tra il lavoro e gli altri ambiti di vita (specie la famiglia) è una delle più reali possibilità che la persona nella prospettiva integrale e relazionale ha per essere veramente generativa.

Per questo anche le organizzazioni lavorative e le istituzioni sono chiamate a farsene carico (e per questo abbiamo firmato il codice per le imprese in favore della maternità proposto dalla Ministra Roccella).

4.3. FATTORI CULTURALI E STRUTTURALI DELLA BASSA NATALITA' IN ITALIA

Intervento di Alessandro Rosina, professore ordinario di Demografia e statistica sociale, Università Cattolica del Sacro Cuore

L'Italia ha meno figli rispetto al resto d'Europa (1,24) e il primo è più tardi (media età della madre 31,6). Ciò che distingue l'Italia dagli altri paesi europei con cui ci confrontiamo non è un maggior disinteresse a formare una famiglia (il numero desiderato di figli è il medesimo), ma le condizioni del processo decisionale e le difficoltà a rendere l'averne un figlio una scelta di successo. Ciò comporta un anticipato declino rispetto popolazione europea e squilibri interni più accentuati (es. equilibrio giovani e anziani).

La questione da porre non è tanto, quindi, quella di convincere ad avere figli, ma di consentire alle persone di rendere progettuali i propri desideri di maternità, paternità, di vita familiare relazionalmente più ricca.

Nelle società del passato le persone comunemente non si ponevano la questione del "quando" avere una gravidanza e a "quanti" bambini fermarsi: semplicemente si formava una unione di coppia e di figli ne arrivavano quanti ne arrivavano. Oggi, per la maggioranza delle persone, avere figli è sempre meno una scelta scontata, ma si realizza come espressione concreta di un desiderio (di sentirsi parte attiva di un mondo che continua dopo di sé) che deve trovare le condizioni adatte per potersi pienamente realizzare. Questo richiede informazioni e strumenti adeguati in una realtà sempre più complessa e in continuo mutamento.

Più che in passato è necessario, allora, che tale scelta sia in primo luogo favorita e sostenuta da una attribuzione esplicita di valore nella comunità di riferimento, in coerenza con condizioni oggettive che consentano una integrazione positiva con le varie dimensioni della realizzazione personale e professionale. Questi due aspetti non sono indipendenti: carenze e inefficacia della politica nel migliorare le condizioni oggettive indeboliscono anche il riconoscimento di valore collettivo dato alla scelta di avere un figlio perché alimentano implicitamente il messaggio che essa non è considerata così importante da meritare adeguato supporto e sostegno. Va inoltre considerato che la bassa natalità passata sta oramai erodendo sempre di più la popolazione in età riproduttiva con il rischio, se non si interviene con urgenza e in modo incisivo, di vincolare ancor più al ribasso le nascite future precludendo definitivamente la possibilità di una inversione di tendenza. Con conseguenti squilibri demografici che diventerebbero insostenibili compromettendo sviluppo economico, finanziamento e funzionamento del sistema di welfare pubblico.

Rispetto all'azione della politica sono tre i principali nodi su cui deve dimostrare di intervenire in modo più efficace che in passato mirando ad allinearsi alle migliori esperienze europee.

1. Il primo incide soprattutto sul tempo di arrivo del primo figlio ed è da ricondurre alle difficoltà dei giovani nel conquistare una propria autonomia dalla famiglia, con accesso ad abitazione e ingresso solido nel mondo del lavoro (l'Italia non è solo uno dei paesi con più bassa fecondità ma anche con età più tardiva al primo figlio, circa 31,5 anni). L'Italia ha inoltre il record di NEET, giovani che non lavorano né cercano lavoro.

2. Il secondo nodo critico frena, invece, la progressione oltre il primo figlio. Se con la nascita del primogenito ci si trova in difficoltà ad armonizzare impegno esterno lavorativo e interno alla famiglia (per carenza di strumenti di conciliazione e misure a favore della condivisione), difficilmente si rilancia con la nascita di successivi (l'Italia non è solo uno dei paesi con più bassa fecondità ma anche con più bassa occupazione femminile e bassa occupazione con figli piccoli). Senza adeguati strumenti di conciliazione chi ha figli più difficilmente lavora e chi lavora più difficilmente ha figli.

3. Il terzo nodo è l'alta esposizione al rischio di povertà, soprattutto oltre il secondo figlio (l'Italia non è solo uno dei paesi con più bassa fecondità ma anche tra quelli in Europa con maggior rischio di povertà infantile che diventa anche povertà educativa). I dati sottolineano che in Italia la povertà delle famiglie è fortemente legata al numero dei figli e all'età dei genitori (famiglie con genitori under 35 povertà doppia rispetto over 65). La meno solida posizione nel mercato del lavoro dei giovani italiani, le maggiori difficoltà a conciliare lavoro con la cura dei figli, le più deboli e frammentate misure di sostegno economico alle famiglie con bambini, espongono maggiormente a rischio povertà chi ha figli in Italia (portano quindi a rinviare e a ridurre il numero).

Unendo i tre fattori emerge un approccio sistemico alla natalità:

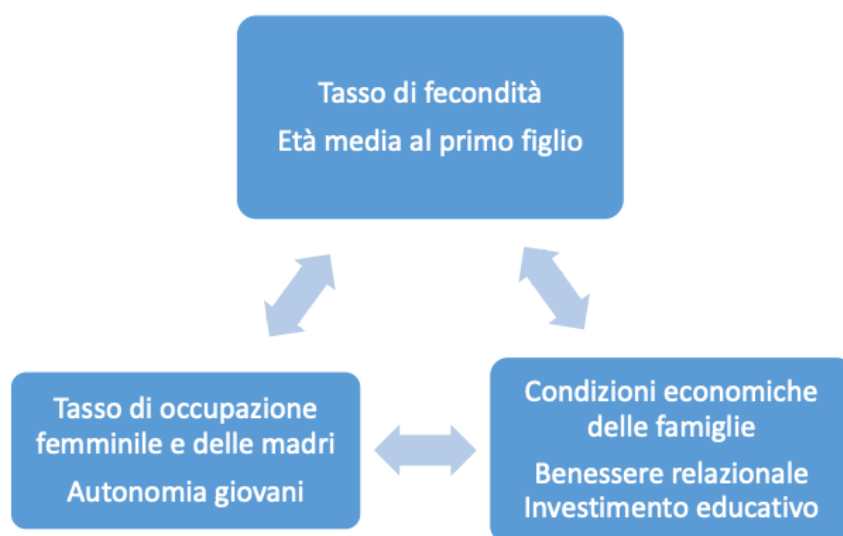


Immagine 1 – Una proposta di approccio sistemico al problema della natalità in Italia – prof. A. Rosina

Sciogliere questi nodi non porta solo a contenere gli squilibri demografici tra vecchie e nuove generazioni, ma a ridurre anche diseguaglianze sociali, di genere e territoriali in coerenza con gli obiettivi dello sviluppo sostenibile.

In particolare, gli obiettivi Goal 8: incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti; Goal 5, Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze; Goal 1: porre fine a ogni forma di povertà; Goal 10, Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni.

4.4. SOSTENERE LA NATALITÀ: PROMUOVERE LA PRECONCEPTION HEALTH LITERACY

Intervento di Maria Luisa Di Pietro prof.ssa associata di Medicina Legale presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore e direttrice del Centro Ricerca e Studi sulla Salute procreativa presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore

I numeri raccontano la storia di un Paese, l'Italia, sempre più vecchio. Non solo per il progressivo aumento dell'indice di vecchiaia, ma anche per la progressiva implosione in termini di progettualità e di speranza. La progettualità parla, infatti, di ideazione, programmazione, pianificazione, e si coniuga al futuro; la speranza indica la tensione verso una metà e apre all'aspettativa di un bene futuro. Senza un adeguato ricambio generazionale, futuro, progetto e speranza divengono – però – parole vuote.

La denatalità: uno scenario complesso e dalla genesi multifattoriale, che si interseca con un altro fenomeno altrettanto complesso. Come evidenziato nel Rapporto "Infertility Prevalence Estimates – 1990–2021", pubblicato nel 2023 dall'OMS, circa il 17,5% della popolazione adulta globale (1/6) sperimenterà una condizione di infertilità nel corso della vita. Ovvero, anche qualora si riuscisse a minimizzare i fattori di rischio della denatalità, è possibile che una condizione di infertilità possa creare difficoltà alla coppia nel generare una nuova vita.

I fattori di infertilità nelle donne possono essere: problemi di ovulazione legata a squilibri ormonali, a problemi alle ovaie, a patologie di altro genere (es. diabete, iper/ipotiroidismo); problemi alle tube ovariche (es. endometriosi, infezioni...); problemi al muco cervicale; anomalie all'utero; altre cause (età, farmaci, consumo di alcool, consumo di tabacco, disturbi dell'alimentazione, cause psicologiche, infertilità maschile).

I fattori di infertilità negli uomini possono essere: invecchiamento (funzioni cellulari compromesse, vulnerabilità alle malattie, modificazioni degli ormoni riproduttivi, andropausa, instabilità genetica); stile di vita (obesità, consumo di alcol e di tabacco, elevato consumo di energie, consumo di cibi poco nutritivi, uso di droghe, stress e ansia; fisio-patologia (genetica, problemi di eiaculazione e attività sessuale, problemi ai testicoli, disordini endocrini o autoimmuni, disordini che riducono la fertilità, scarsa qualità o quantità di sperma, agenti patogeni delle malattie sessualmente trasmissibili); ambiente (esposizione alle radiazioni, biancheria stretta, bagni o saune calde ricorrenti, esposizione a sostanze chimiche che alterano il sistema endocrino, esposizione legata alla professione).

Gli interferenti endocrini sono numerosi e possono derivare dalle attività industriali (inquinanti atmosferici o dell'acqua, sottoprodotti chimici), dalla produzione dei cibi (additivi del cibo, confezioni); prodotti medici; deflussi agricoli e di scarico; prodotti per la cura del corpo e della casa).

Abitualmente sono tre le prospettive da cui si considera la salute preconcezionale:

- La prospettiva tradizionale: periodo che precede di tre mesi il concepimento
- La prospettiva biologica: periodo che comprende le settimane intorno al concepimento
- La prospettiva della scelta individuale: periodo che inizia ogni volta che si decide di avere un bambino, poiché il momento esatto del concepimento non è sempre noto.
-

La prospettiva di sanità pubblica deve considerare tutti i tasselli della salute preconcezionale:



Immagine 2 – I tasselli della salute preconcezionale – prof.ssa M. L. di Pietro

E, se talora le condizioni di infertilità sono da correlare a patologie non prevenibili, nella maggior parte dei casi essa è conseguenza di una generale disattenzione alla salute preconcezionale. Essere in buone condizioni di salute preconcezionale è, infatti, il principale presupposto per aumentare le probabilità di un concepimento e condizionare l'esito di una futura gravidanza, migliorando lo stato di salute della madre e del bambino dopo il parto. Immaginando – infatti – la salute preconcezionale come un puzzle composto da tanti tasselli, risulta evidente che la maggior parte di essi si incrocia con gli stessi fattori di rischio dell'infertilità: stili di vita (dieta, attività fisica, esposizione a fumo, alcool, droghe), età, fattori costituzionali, prevenzione delle malattie sessualmente trasmesse, consumo di farmaci, esposizione a radiazioni o ad agenti ambientali, benessere mentale. Alcuni tasselli non possono essere modificati (età; fattori costituzionali), altri tasselli sono modificabili (stili di vita, esposizione ad agenti ambientali, malattie sessualmente trasmesse).

Per far sì che i lati dei tasselli della salute preconcezionale combacino, è necessario un lavoro certosino, che si non può sicuramente esaurire nel solo periodo preconcezionale. La cura della salute preconcezionale deve iniziare molto prima e, più esattamente, in quell'epoca della vita in cui le immagini del proprio futuro sono ancora sfocate e l'idea della paternità o maternità è molto lontana. Ed è proprio l'adolescenza, l'età della vita in cui iniziare ad attenzionare la salute preconcezionale in una prospettiva di sanità pubblica. L'entrata in pubertà prepara, infatti, l'organismo alla vita fertile e stili di vita non adeguati adottati a partire da questa epoca possono minare la salute preconcezionale. Ad oggi, pochi sforzi sono stati profusi per sensibilizzare il segmento demografico più giovane alla salute preconcezionale.

Invertire questa tendenza promuovendo la salute preconcezionale a partire dall'adolescenza, dovrebbe essere uno dei principali obiettivi di un approccio completo alla questione della denatalità. Scarsa conoscenza dei fattori di rischio, sottostima del rischio dei propri comportamenti, mancanza di progettualità educativa: sono questi punti strategici su cui intervenire per perseguire quanto richiesto dalla Carta di Ottawa per la promozione della Salute (1986): «mettere ciascuno nelle condizioni di aumentare il – come già detto – controllo della propria salute, identificare e realizzare le proprie aspirazioni, soddisfare i propri bisogni, cambiare l'ambiente circostante e farvi fronte».

I bisogni della salute preconcezionale sono:

- Conoscenza
- Consapevolezza
- Stili di vita
- Benessere fisico e psicologico
- Accessibilità ai servizi sanitari

Rispetto alla Digital Health Literacy i bisogni dei cittadini sono

- Accedere
- Comprendere
- Valutare
- Applicare

Il primo passaggio è senza dubbio la promozione di un'adeguata Preconception Health Literacy tra la popolazione più giovane, il che richiede impegno costante e strategie comunicative adeguate.

Allo scopo di contribuire ad implementare conoscenza e consapevolezza sulla salute preconcezionale, il Centro di Ricerca e Studi sulla Salute Procreativadell'Università Cattolica del Sacro Cuore (CeRiSSaP) ha ideato e prodotto della serie web 5 Minuti di Salute Preconcezionale diffusa su [YouTube](#) e poi diventata anche un [podcast](#).

Ma è sufficiente informare?

Se l'obiettivo degli interventi è aumentare il controllo della propria salute, identificare e realizzare le proprie aspirazioni, soddisfare i propri bisogni, cambiare l'ambiente circostante e farvi fronte,

- Si deve mettere ciascuno nelle condizioni di potere e sapere scegliere, assicurando nel contempo condizioni di benessere
- Si devono accogliere i bisogni di ciascuno, cercando di eliminare le differenze e le condizioni di non equità
- Si deve avere cura dell'ambiente, del cibo e dell'acqua
- Ci si deve avvalere di interventi educativi allo scopo di aiutare ciascuno ad acquisire consapevolezza del proprio agire, strumenti critici, criteri di valutazione e motivazioni, e ad agire operando una sintesi tra libertà e responsabilità.

5. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Ahmed, Rukhsana, and Yuping Mao. "Measuring Physicians' Religious Competence in Clinical Health Communication Context: Female Muslim Immigrant Patients' Expectations." *International Journal of Migration, Health and Social Care* 19, no. 1 (2023): 16–27. <https://doi.org/10.1108/IJMHS-02-2022-0020>.
- Apers, Sofie, Heidi Vandebosch, Tanja Perko, and Nadja Železnik. "Co-Designing Communication: A Design Thinking Approach Applied to Radon Health Communication." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20, no. 6 (2023). <https://doi.org/10.3390/ijerph20064965>.
- Araújo, Rita, Felisbela Lopes, Olga Magalhães, Alberto Sá, and Ana Aguiar. "Behavior Guidance during the Covid-19 Pandemic: Health Literacy as a Weapon against the Virus." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 490–98. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1956070>.
- Arnold, Rebecca. "Grieving Artists: Influences of Loss and Bereavement on Visual Art Making." *Arts in Psychotherapy* 82, no. February (2023): 102001. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2023.102001>.
- Bak, Michelle, Chungyi Chiu, and Jessie Chin. "Mental Health Pandemic During the COVID-19 Outbreak: Social Media As a Window to Public Mental Health." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 26, no. 5 (2023): 346–56. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0116>.
- Barello, S., L. Palamenghi, and G. Graffigna. "Looking inside the 'black Box' of Vaccine Hesitancy: Unlocking the Effect of Psychological Attitudes and Beliefs on COVID-19 Vaccine Acceptance and Implications for Public Health Communication." *Psychological Medicine* 53, no. 3 (2023): 1120–21. <https://doi.org/10.1017/S003329172100101X>.
- Bekalu, Mesfin Awoke, Taisuke Sato, and K. Viswanath. "Conceptualizing and Measuring Social Media Use in Health and Well-Being Studies: Systematic Review." *Journal of Medical Internet Research* 25 (2023). <https://doi.org/10.2196/43191>.
- Busam, Betty, and Emma Solomon-Moore. "Public Understanding of Childhood Obesity: Qualitative Analysis of News Articles and Comments on Facebook." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 967–80. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1985859>.
- Chia, Stella C., Fangcao Lu, and Yanqing Sun. "Tracking the Influence of Misinformation on Elderly People's Perceptions and Intention to Accept COVID-19 Vaccines." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 855–65. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1980251>.
- Cover, Rob, Lukas Parker, Charlotte Young, and Katia Ostapets. "Entertaining Information: Third-Party Influencers' Role in COVID-Safety Health Communication." *Media International Australia*, 2023. <https://doi.org/10.1177/1329878X231158880>.
- Giorgi, Roberto De, Antonio Fortini, Federica Aghilarre, Federico Gentili, Giovanni Morone, Gabriella Antonucci, Mario Vetrano, Gaetano Tieri, and Marco Iosa. "Virtual Art Therapy: Application of Michelangelo Effect to Neurorehabilitation of Patients with Stroke." *Journal of Clinical Medicine* 12, no. 7 (2023). <https://doi.org/10.3390/jcm12072590>.
- Duong, Hue Trong, Long Thang Van Nguyen, Soroya Julian McFarlane, Hoa Thanh Nguyen, and Khai The Nguyen. "Preventing the COVID-19 Outbreak in Vietnam: Social Media Campaign Exposure and the Role of Interpersonal Communication." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 394–401. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1953729>.
- Engebretsen, Martin. "Communicating Health Advice on Social Media A Multimodal Case Study." *MedieKultur* 39, no. 74 (2023): 164–84. <https://doi.org/10.7146/mk.v39i74.134085>.
- Fagerstrøm, Asle, Niklas Eriksson, Sirinna Khamtanet, Premruedee Jitkuekul, Valdimar Sigurdsson, and Nils Magne Larsen. "The Relative Impact of Health Communication Conveyed via Quick Response Codes: A Conjoint Experiment among Young Thai Consumers Doing Grocery Shopping." *Health Marketing Quarterly* 40, no. 2 (2023): 206–25. <https://doi.org/10.1080/07359683.2022.2085460>.
- Friemel, Thomas N., and Sarah Geber. "Social Distancing during the COVID-19 Pandemic in Switzerland: Health Protective Behavior in the Context of Communication and Perceptions of Efficacy, Norms, and Threat." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 779–89. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1976360>.
- Garg, Muskan. "Mental Health Analysis in Social Media Posts: A Survey." *Archives of Computational Methods in Engineering* 30, no. 3 (2023): 1819–42. <https://doi.org/10.1007/s11831-022-09863-z>.

- Geusens, Femke, and Kathleen Beullens. "Self-Reported versus Actual Alcohol-Related Communication on Instagram: Exploring the Gap." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 721–31. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1973701>.
- Geusens, Femke, and Kathleen Beullens. "I See, Therefore I Am: Exposure to Alcohol References on Social Media, but Not on Traditional Media, Is Related to Alcohol Consumption via Drinking and Non-Drinking Identity." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 402–10. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1954301>.
- Gigantesco, Antonella, and Massimo Giuliani. "Quality of Life in Mental Health Services with a Focus on Psychiatric Rehabilitation Practice." *Ann Ist Super Sanità* 47, no. 4 (2011): 363–72. <https://doi.org/10.4415/ANN>.
- Gilligan, Conor, Sarah Bigi, and Shakaib Rehman. "What Constitutes an 'Evidence-Base' in the Healthcare Communication Field?" *Patient Education and Counseling* 110 (2023): 107685. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2023.107685>.
- Gollust, Sarah E., Erika Franklin Fowler, and Rebekah H. Nagler. "Prevalence and Potential Consequences of Exposure to Conflicting Information about Mammography: Results from Nationally-Representative Survey of U.S. Adults." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 349–62. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1951958>.
- Grønning, Anette, and Helena Sandberg. "The Entanglements of Media and Health in Everyday Life." *MedieKultur* 39, no. 74 (2023): 1–9. <https://doi.org/10.7146/mk.v39i74.136096>.
- Hannoun, Abdelaziz, Nadia Chafiq, Mohammed Raji, Mohamed Elkouali, and Rachid Razine. "Physicians' Perception of Health Topics Covered by Traditional Media in Morocco—Opinion of Physicians as Consumers of the Media." *Journal of Public Health in Africa* 14, no. 5 (2023). <https://doi.org/10.4081/jphia.2023.2275>.
- Hernandez, Rachael, Yerina Ranjit, and Chandrika C. Collins. "'Can I Hit Our JUUL?': The Norms of Vaping and Dating among Emerging Adults." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 993–1002. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1988391>.
- Hong, Soo Jung, and Hichang Cho. "Privacy Management and Health Information Sharing via Contact Tracing during the COVID-19 Pandemic: A Hypothetical Study on AI-Based Technologies." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 913–24. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1981565>.
- Horstman, Haley Kranstuber, Shaye Morrison, M. Chad McBride, and Amanda Holman. "Memorable Messages Embedded in Men's Stories of Miscarriage: Extending Communicated Narrative Sense-Making and Memorable Message Theorizing." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 742–52. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1973718>.
- Horwood, Grace, Martha Augoustinos, and Clemence Due. "'Mental Wealth' and 'Mental Fitness': The Discursive Construction of Mental Health in the Australian News Media during the COVID-19 Pandemic." *Journal of Community and Applied Social Psychology* 33, no. 3 (2023): 677–89. <https://doi.org/10.1002/casp.2664>.
- Huang, Guanxiong, and Kang Li. "Get Vaccinated for Loved Ones: Effects of Self-Other Appeal and Message Framing in Promoting HPV Vaccination among Heterosexual Young Men." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 381–93. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1953728>.
- Hwang, Yoori, and Se Hoon Jeong. "Misinformation Exposure and Acceptance: The Role of Information Seeking and Processing." *Health Communication* 38, no. 3 (2021): 585–93. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1964187>.
- Jia, Hepeng, and Xi Luo. "I Wear a Mask for My Country: Conspiracy Theories, Nationalism, and Intention to Adopt Covid-19 Prevention Behaviors at the Later Stage of Pandemic Control in China." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 543–51. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1958982>.
- Ju, Ilwoo, Jennifer Ohs, Taehwan Park, and Amber Hinsley. "Interpersonal Communication Influence on Health-Protective Behaviors amid the COVID-19 Crisis." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 468–79. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1956038>.
- Kalocsányiová, Erika, Ryan Essex, and Damian Poulter. "Risk and Health Communication during Covid-19: A Linguistic Landscape Analysis." *Health Communication* 38, no. 6 (2023): 1080–89. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1991639>.

- Kerr, Anna M., Charee M. Thompson, Claire A. Stewart, and Alexander Rakowsky. "I Want Them to Still Trust Me with Their Child's Care": A Longitudinal Study of Pediatric Residents' Reactions to and Communication with Parents about Medical Uncertainty across Residency." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 1054–64. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1991637>.
- Kiełek-Rataj, Ewa, Anna Wendołowska, Alicja Kalus, and Dorota Czyżowska. "Openness and Communication Effects on Relationship Satisfaction in Women Experiencing Infertility or Miscarriage: A Dyadic Approach." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17, no. 16 (2020): 1–20. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165721>.
- Laffan, Derek A., Audrey Stenson, and Cliona Flood. "The Role of Cyberbullying Victimization in the Relationship between Adult BTS Fans' Psychological Sense of Community and Wellbeing." *Journal of Community Psychology* 51, no. 4 (2023): 1479–94. <https://doi.org/10.1002/jcop.22924>.
- Lee, Bruce Y., Danielle Greene, Sheryl A. Scannell, Christopher McLaughlin, Marie F. Martinez, Jessie L. Heneghan, Kevin L. Chin, et al. "The Need for Systems Approaches for Precision Communications in Public Health." *Journal of Health Communication* 28, no. sup1 (2023): 13–24. <https://doi.org/10.1080/10810730.2023.2220668>.
- Lee, Edmund W.J., Mesfin A. Bekalu, Rachel F. McCloud, and K. Viswanath. "Toward an Extended Infodemiology Framework: Leveraging Social Media Data and Web Search Queries as Digital Pulse on Cancer Communication." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 335–48. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1951957>.
- Leung, Dion Sik Yee, and Ben Hok Bun Ku. "Health-Seeking, Intercultural Health Communication, and Health Outcomes: An Intersectional Study of Ethnic Minorities' Lived Experiences." *Journal of Advanced Nursing* 79, no. 5 (2023): 1856–67. <https://doi.org/10.1111/jan.15568>.
- Linn, Annemiek J., Julia C.M. van Weert, and Carma L. Bylund. "Are They Important? Patients' Communication Barriers to Discussing Online Health Information During Consultations." *Health Communication* 00, no. 00 (2023): 1–6. <https://doi.org/10.1080/10410236.2023.2197311>.
- Liu, Piper Liping, and Tien Ee Dominic Yeo. "How Online Patient-Provider Communication Impacts Quality of Life: Examining the Role of Patient-Centered Care and Health Competence." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 562–67. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1961971>.
- Liu, Zhuling, and Janet Yang. "Public Support for COVID-19 Responses: Cultural Cognition, Risk Perception, and Emotions." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 648–58. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1965710>.
- Lokajova, Adela, David Smahel, and Nikol Kvardova. "Health-Related Social Media Use and COVID-19 Anxiety in Adolescence: Health Anxiety as Covariate and Moderator." *Frontiers in Psychology* 14, no. May (2023). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1079730>.
- McCaffrey, Triona, Siobhán Nelligan, Paula Higgins, Sinéad Moloney, Clara Monahan, Heidi Morrison, Pui Sze Cheung, and Aoife Clancy. "Group Song-Writing and Group Visual Art-Making in Promoting Collaboration among Service Users and Staff in Mental Health: A Comparative Reflection." *Arts in Psychotherapy* 82, no. January (2023). <https://doi.org/10.1016/j.aip.2023.101999>.
- Olsacher, Alexandra, Celina Bade, Jan Ehlers, Bettina Freitag, and Leonard Fehring. "Messaging Strategies for Communicating Health-Related Information in Social Media—a Content and Effectiveness Analysis of Organ Donation Posts on Instagram in Germany." *BMC Public Health* 23, no. 1 (2023): 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15736-2>.
- Ort, Alexander, Anne Reinhardt, Laura Koch, and Constanze Rossmann. "The Emotional Effects of Gain-Loss Frames in Persuasive Messages about Sun Protection on Health Promotional Outcomes: Evidence from an Experimental Study." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 512–21. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1956072>.
- Parrott, Scott, and Hailey Grace Allen. "Swapping Insults, Neglecting Policy: How U.S. Presidential Candidates Communicate About Mental Health." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 866–74. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1980252>.
- Qu, Yan, Adam J. Saffer, and Lucinda Austin. "What Drives People Away from COVID-19 Information?: Uncovering the Influences of Personal Networks on Information Avoidance." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 216–27. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1944457>.

- Quick, Brian L., Elizabeth M. Glowacki, Lauren A. Kriss, and Daniel E. Hartman. "Raising Concussion Awareness among Amateur Athletes: An Examination of the Centers for Disease Control and Prevention's (CDC) Heads Up Campaign." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 298–309. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1950295>.
- Rawat, Meghana, Ashleigh N. Shields, Maria K. Venetis, and Jyoti Seth. "Women's Agentic Role in Enabling and Dismantling Menstrual Health Taboos in Northern India: A Culture-Centered Approach." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 695–704. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1970296>.
- Record, Rachael A., Lydia H. Greiner, Heather Wipfli, Jerri Strickland, James Owens, Jessica Pugel, and Georg E. Matt. "Evaluation of a Social Media Campaign Designed to Increase Awareness of Thirdhand Smoke among California Adults." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 437–46. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1954760>.
- Rheu, Minjin, Wei Peng, and Kuo Ting Haung. "Leveraging Upward Social Comparison in Social Media to Promote Healthy Parenting." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 205–15. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1943891>.
- Ryoo, Yuhosua, and Woo Jin Kim. "Using Descriptive and Injunctive Norms to Encourage COVID-19 Social Distancing and Vaccinations." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 732–41. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1973702>.
- Ševčíková, Anna, Lukas Blinky, Anna Židlická, and Anna Faltýnková. "Sexual Difficulties in People 50+: A Content Analysis of Sex-Related Queries Posted on Professional Counseling Websites." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 958–66. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1984629>.
- Shutzman, Bar, and Naama Gershy. "Children's Excessive Digital Media Use, Mental Health Problems and the Protective Role of Parenting during COVID-19." *Computers in Human Behavior* 139, no. September 2022 (2023): 107559. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107559>.
- Simonovic, Nicolle, and Jennifer M. Taber. "Effects of Construal Level on Responses to Ambiguous Health Information about Alcohol Consumption." *Health Communication* 38, no. 2 (2023): 238–51. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1945197>.
- Sormunen, Taina, Klas Karlgren, Arthur Aanesen, Bjöörn Fossum, and Margareta Westerbotn. "The Role of Social Media for Persons Affected by Infertility." *BMC Women's Health* 20, no. 1 (2020): 1–8. <https://doi.org/10.1186/s12905-020-00964-0>.
- Spoel, Philippa, Alexandra Millar, Naomi Lacelle, and Aarani Mathialagan. "Journal of Science Communication" 22, no. 02 (2016): 1–23.
- Squires, Laura, Adrienne Peters, and Linda Rohr. "Exploring Critical Media Health Literacy (CMHL) in the Online Classroom." *Journal of Media Literacy Education* 15, no. 1 (2023): 58–71. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2023-15-1-5>.
- Tomova, E. "Specifics and Educational Functions of the Content Presented By Influencers." *Pedagogika–Pedagogy* 94, no. 1 (2022): 79–91.
- Overmeire, Roel Van, Lise Eilin Stene, Marie Vandekerckhove, Stefaan Six, Reginald Deschepper, and Johan Bilsen. "Threat through the Screen? Association between Proximity and/or Watching Media Coverage of a Terrorist Attack and Health." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20, no. 4 (2023). <https://doi.org/10.3390/ijerph20042876>.
- Venuturupalli, Swamy, Amit Kumar, Alden Bunyan, Nikhil Davuluri, Natalie Fortune, and Katja Reuter. "Using Patient-Reported Health Data From Social Media to Identify Diverse Lupus Patients and Assess Their Symptom and Medication Expressions: A Feasibility Study." *Arthritis Care and Research* 75, no. 2 (2023): 365–72. <https://doi.org/10.1002/acr.24868>.
- Vernon-Wilson, Elizabeth, Moses Tetui, Agnes Nanyonjo, Maisha Adil, Arthi Bala, David Nelson, Emma Sayers, Nancy Waite, and Kelly Grindrod. "Unintended Consequences of Communicating Rapid COVID-19 Vaccine Policy Changes– a Qualitative Study of Health Policy Communication in Ontario, Canada." *BMC Public Health* 23, no. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15861-y>.
- Voges, Taylor S., Yan Jin, La Shonda L. Eaddy, and Shelley Spector. "Effective Communication Management in a Public Health Crisis: Lessons Learned about COVID-19 Pandemic through the Lens of Health Communication Executives." *Journal of Communication Management* 27, no. 1 (2023): 64–83. <https://doi.org/10.1108/JCOM-12-2021-0137>.

- White, Ella, and Terry Hanley. "Therapist + Social Media = Mental Health Influencer? Considering the Research Focusing upon Key Ethical Issues around the Use of Social Media by Therapists." *Counselling and Psychotherapy Research* 23, no. 1 (2023): 1–5. <https://doi.org/10.1002/capr.12577>.
- White, Jessica, and Elayne Ahern. "Self-Efficacy, Sympathy, and Attributions: Understanding Helping Intentions towards Disclosers of Mental Health Concerns on Social Media." *Journal of Applied Social Psychology* 53, no. 4 (2023): 275–86. <https://doi.org/10.1111/jasp.12938>.
- Yang, Jiahua, and Michael Mackert. "The Effectiveness of CDC's Rx Awareness Campaigns on Reducing Opioid Stigma: Implications for Health Communication." *Health Communication* 38, no. 5 (2023): 925–34. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1982561>.
- Yeshua-Katz, Daphna, Stav Shapira, Limor Aharonson-Daniel, A. Mark Clarfield, and Orly Sarid. "Matching Digital Intervention Affordances with Tasks: The Case of a Zoom and WhatsApp Mental Health Intervention for Seniors during the COVID-19 Pandemic." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 499–511. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1956071>.
- Yi, Robin H.Pugh, Piri Welcsh, Craig T. Dearfield, Kelly Owens, Lisa Rezende, and Susan J. Friedman. "Effectiveness of a Tool to Increase Understanding of Breast Cancer Media Articles." *Health Education Journal* 82, no. 2 (2023): 227–33. <https://doi.org/10.1177/00178969221145802>.
- Zhao, Xin. "Challenges and Barriers in Intercultural Communication between Patients with Immigration Backgrounds and Health Professionals: A Systematic Literature Review." *Health Communication* 38, no. 4 (2023): 824–33. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1980188>.
- Zhou, Xin, Anthony J. Roberto, and Anya Hommadova Lu. "Understanding Online Health Risk Information Seeking and Avoiding during the COVID-19 Pandemic." *Health Communication* 38, no. 3 (2023): 532–42. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1958981>.

FOCUS SU COMUNICAZIONE, FERTILITA' E NATALITA'

- Adair, Lora E., Gary L. Brase, Karen Akao, and Mackenzie Jantsch. "#babyfever: Social and Media Influences on Fertility Desires." *Personality and Individual Differences* 71 (2014): 135–39. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.07.026>.
- Barber, Jennifer S., and William G. Axinn. "New Ideas and Fertility Limitation: The Role of Mass Media." *Journal of Marriage and Family* 66, no. 5 (2004): 1180–1200. <https://doi.org/10.1111/j.0022-2445.2004.00086.x>.
- Basten, Stuart. "Television and Fertility." *Finnish Yearbook of Population Research*, 2010, 67–82. <https://doi.org/10.23979/fypr.45054>.
- Berthelsen, A. S.N., A. L.N. Gamby, U. Christensen, L. Schmidt, and E. Koert. "How Do Young Men Want to Receive Information about Fertility? Young Men's Attitudes towards a Fertility Campaign Targeting Men in Copenhagen, Denmark." *Human Reproduction Open* 2021, no. 3 (2021): 1–8. <https://doi.org/10.1093/hropen/hoab027>.
- Bhavnani, Rikhil R, and Gareth Nellis. "Can Government-Controlled Media Cause Social Change? Television and Fertility in India *," 2016.
- Bönisch, Peter, and Walter Hyll. "Television and Fertility: Evidence from a Natural Experiment." *Empirical Economics* 64, no. 3 (2023): 1025–66. <https://doi.org/10.1007/s00181-022-02278-6>.
- Cheng, Kai Wen. "The Effect of Contraceptive Knowledge on Fertility: The Roles of Mass Media and Social Networks." *Journal of Family and Economic Issues* 32, no. 2 (2011): 257–67. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9248-1>.
- Dewi, Rika Kumala, Daniel Suryadarma, and Asep Suryahadi. "The Impact of Media on Behaviour: Evidence from Television Coverage Expansion and Declining Fertility in Indonesia." *Development Policy Review* 36, no. May 2014 (2018): 0552–63. <https://doi.org/10.1111/dpr.12310>.
- Greil, Arthur, Julia Mcquillan, and Kathleen Slauson-Blevins. "The Social Construction of Infertility." *Sociology Compass* 5, no. 8 (2011): 736–46. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00397.x>.
- Grothaus, Jana, Sören Köcher, Sarah Köcher, and Stefan Dieterle. "#Infertility: How Patients Can Benefit From the Public Discussion of Conversational Taboos on Social Media." *Journal of Services Marketing* 37, no. 7 (2023): 944–56. <https://doi.org/10.1108/JSM-05-2022-0160>.
- Hornik, Robert, and Emile McAnany. "Theories and Evidence: Mass Media Effects and Fertility Change." *Communication Theory* 11, no. 4 (2001): 454–71. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2001.tb00253.x>.
- Kiełek-Rataj, Ewa, Anna Wendołowska, Alicja Kalus, and Dorota Czyżowska. "Openness and Communication Effects on Relationship Satisfaction in Women Experiencing Infertility or Miscarriage: A Dyadic Approach." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17, no. 16 (2020): 1–20. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165721>.
- Knobloch-Westerwick, Silvia, Laura E. Willis, and Ashley R. Kennard. "Media Impacts on Women's Fertility Desires: A Prolonged Exposure Experiment." *Journal of Health Communication* 21, no. 6 (2016): 647–57. <https://doi.org/10.1080/10810730.2016.1153757>.
- Lee, Ji Hyun, Hyeoun Ae Park, and Tae Min Song. "A Determinants-of-Fertility Ontology for Detecting Future Signals of Fertility Issues from Social Media Data: Development of an Ontology." *Journal of Medical Internet Research* 23, no. 6 (2021). <https://doi.org/10.2196/25028>.
- Lee, Ji Hyun, Hyeoun Ae Park, and Tae Min Song. "Erratum: A Determinants-of-Fertility Ontology for Detecting Future Signals of Fertility Issues from Social Media Data: Development of an Ontology (Journal Medical Internet Research (2021) 23:6 (E25028) DOI: 10.2196/25028)." *Journal of Medical Internet Research* 23, no. 7 (2021). <https://doi.org/10.2196/31601>.
- Marshall, Olivia, Rebecca Blaylock, Clare Murphy, and Julia Sanders. "Risk Messages Relating to Fertility and Pregnancy: A Media Content Analysis." *Wellcome Open Research* 6 (2021). <https://doi.org/10.12688/wellcomeopenres.16744.1>.
- Mencarini, Letizia, Delia Irazú Hernández-Farías, Mirko Lai, Viviana Patti, Emilio Sulis, and Daniele Vignoli. "Happy Parents' Tweets: An Exploration of Italian Twitter Data Using Sentiment Analysis." *Demographic Research* 40, no. March (2019): 693–724. <https://doi.org/10.4054/DEMRES.2019.40.25>.

- Micalizzi, Alessandra. "Exploring Gender and Sexuality through a Twitter Lens: The Digital Framing Effect of the #fertilityday Campaign by Female Users." *Information Communication and Society* 24, no. 8 (2021): 1157–74. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1808044>.
- Miller, Netanella, Chen Pundak, Gal Cohen, Gal Issakov, Hadar Gluska, Erika Gandelsman, Emilie Klochendler Frishman, et al. "Can Social Support on Facebook Influence Fertility Outcomes?" *Reproductive Sciences* 29, no. 1 (2022): 212–19. <https://doi.org/10.1007/s43032-021-00611-5>.
- Newson, Lesley, Tom Postmes, S. E.G. Lea, Paul Webley, Peter J. Richerson, and Richard Mcelreath. "Influences on Communication about Reproduction: The Cultural Evolution of Low Fertility." *Evolution and Human Behavior* 28, no. 3 (2007): 199–210. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2007.01.003>.
- Ning, Chuanlin, Jing Wu, Yijie Ye, Nan Yang, Huacheng Pei, and Hao Gao. "How Media Use Influences the Fertility Intentions Among Chinese Women of Reproductive Age: A Perspective of Social Trust." *Frontiers in Public Health* 10, no. May (2022): 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.882009>.
- Peyser, Alexandra, Liat Goldstein, Christine Mullin, and Randi H. Goldman. "Fertility Education: What's Trending on Instagram." *Fertility Research and Practice* 7, no. 1 (2021): 1–7. <https://doi.org/10.1186/s40738-021-00095-6>.
- Sangster, Sarah L., and Karen L. Lawson. "'Falling down the Rabbit Hole': The Construction of Infertility by News Media." *Journal of Reproductive and Infant Psychology* 32, no. 5 (2014): 486–96. <https://doi.org/10.1080/02646838.2014.962016>.
- Sormunen, Taina, Klas Karlgren, Arthur Aanesen, Björn Fossum, and Margareta Westerbotn. "The Role of Social Media for Persons Affected by Infertility." *BMC Women's Health* 20, no. 1 (2020): 1–8. <https://doi.org/10.1186/s12905-020-00964-0>.
- Tomova, E. "Specifics and Educational Functions of the Content Presented By Influencers." *Pedagogika-Pedagogy* 94, no. 1 (2022): 79–91.
- Vicari, Stefania, Laura Iannelli, and Elisabetta Zurovac. "Political Hashtag Publics and Counter-Visuality: A Case Study of #fertilityday in Italy." *Information Communication and Society* 23, no. 9 (2020): 1235–54. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1555271>.
- Wildeman, Jet, Sandor Schrijner, and Jeroen Smits. "Fertility Rates and Social Media Usage in Sub-Saharan Africa." *Population, Space and Place* 29, no. 4 (2023). <https://doi.org/10.1002/psp.2635>.
- Williams Sherwood, J., and B. Singh Krishna. "The Impact of Mass Media on Fertility Rates: An Exploration." *Journal of Applied Communication Research* 4, no. 1 (1976): 19–24. <https://doi.org/10.1080/00909887609360222>.
- Gigantesco, Antonella, and Massimo Giuliani. "Quality of Life in Mental Health Services with a Focus on Psychiatric Rehabilitation Practice." *Ann Ist Super Sanità* 47, no. 4 (2011): 363–72. <https://doi.org/10.4415/ANN>.
- Luisa, Maria, and Di Pietro. "La Salute Preconcezionale Nell' Ottica Della Sanità Pubblica Centro Di Ricerca e Studi Sulla Salute Procreativa (CeRiSSaP) Salute Preconcezionale," 2024, 1–15.
- Maria, Direttore, and Luisa Di. "Centro Di Ricerca e Studi Sulla Salute Procreativa (CeRiSSaP) Salute Preconcezionale Salute Preconcezionale: Ricerca," 2024, 1–6.
- Rosina A. (2020), "Demografia", voce *Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti - X Appendice*, Istituto della Enciclopedia Italiana, Treccani, Roma 2020.
- Rosina A. (2021), *Crisi demografica. Politiche per un paese che ha smesso di crescere*, Vita e Pensiero, Milano.
- Rosina A. (2023), "Il ruolo delle politiche familiari", in AISP (a cura di), *Rapporto sulla popolazione. Famiglie in Italia. Forme, ostacoli, sfide*, il Mulino, Bologna, pp.269-276.
- Rosina A., Impicciatore R. (2022), *Storia demografica d'Italia*, Carocci editore, Roma.
- Stephenson, Judith. "Europe PMC Funders Group Before the Beginning: Nutrition and Lifestyle in the Preconception Period and Its Importance for Future Health" 391, no. 10132 (2018): 1830–41. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)30311-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)30311-8).
- Zaçe, D., E. La Gatta, L. Petrella, and M. L. Di Pietro. "The Impact of COVID-19 Vaccines on Fertility—A Systematic Review and Meta-Analysis." *Vaccine* 40, no. 42 (2022): 6023–34. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2022.09.019>.
- Zaçe, Drieda, Alessia Orfino, Anna Maria Viteritti, Valeria Versace, Walter Ricciardi, and Maria Luisa Di Pietro. "A Comprehensive Assessment of Preconception Health Needs and Interventions Regarding Women of Childbearing Age: A Systematic Review." *Journal of Preventive Medicine and Hygiene* 63, no. 1 (2022): E174–99. <https://doi.org/10.15167/2421-4248/jpmh2022.63.1.2391>.

- Zaçe, Drieda, Emanuele La Gatta, Alessia Orfino, Anna Maria Viteritti, and Maria Luisa Di Pietro. "Knowledge, Attitudes, and Health Status of Childbearing Age Young Women Regarding Preconception Health – an Italian Survey." *Journal of Preventive Medicine and Hygiene* 63, no. 2 (2022): E270–81. <https://doi.org/10.15167/2421-4248/jpmh2022.63.2.2571>.
- Zaçe, Drieda, Maria Luisa Di Pietro, Laura Reali, Chiara de Waure, and Walter Ricciardi. "Correction to: Prevalence, Socio-Economic Predictors and Health Correlates of Food Insecurity among Italian Children– Findings from a Cross-Sectional Study (*Food Security*, (2021), 13, 1, (13–24), 10.1007/S12571-020-01111-1)." *Food Security* 13, no. 1 (2021): 243. <https://doi.org/10.1007/s12571-020-01122-y>.

CONTATTI

ALMED

Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo

Università Cattolica del Sacro Cuore

Via S. Agnese, 2 - 20123 Milano

Segreteria di coordinamento: dott.ssa Federica Basilio

E-mail: federica.basilio@unicatt.it

E-mail : almed@unicatt.it

Sito web: <http://almed.unicatt.it/>

ALTEMS

Alta Scuola di Economia e Management dei Sistemi Sanitari

Università Cattolica del Sacro Cuore

Largo Francesco Vito, 1 - 00168 Roma

Segreteria

Sig.ra Dina Frezza

tel.06 3015 5863

altems@unicatt.it