

HEALTH COMMUNICATION MONITOR



NUMERO 6

A cura di Elisabetta Locatelli

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



ALMED
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



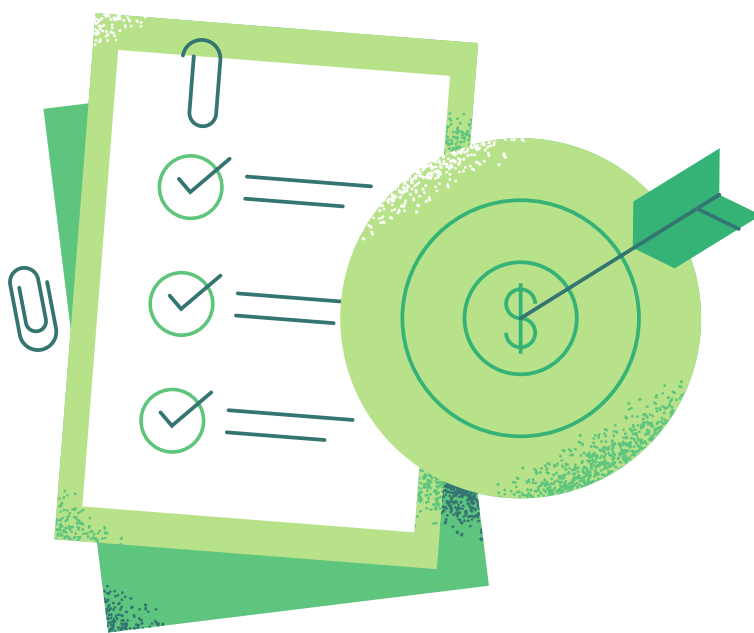
ALTEMS
ALTA SCUOLA DI ECONOMIA
E MANAGEMENT DEI SISTEMI SANITARI

TABLE OF CONTENTS

01	OBIETTIVI
02	DESCRIZIONE DEL CORPUS
03	EXECUTIVE SUMMARY
04	FOCUS PRIMA ANNUALITÀ
05	HIGHLIGHTS DAL CORPUS
06	RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI



1. OBIETTIVI



OBIETTIVI DEL PROGETTO

La pandemia di Covid-19 ha cambiato la prospettiva sulla comunicazione della salute. Diversi mutamenti che si stavano già osservando prima del 2020 sono stati accelerati e hanno assunto un rilievo nuovo. In un momento in cui la crisi pandemica sembra essere entrata in un regime di normalizzazione, è importante fare il punto su **come la comunicazione della salute giochi un ruolo strategico** non solo nella gestione delle pandemie o delle situazioni di crisi, ma anche nella vita quotidiana. Sempre più spesso la comunicazione della salute, infatti, esce dai contesti di cura o prevenzione ed è oggetto di conversazioni fra pari, sui social media, nei media broadcast. **La pandemia ha sollecitato la ricerca e la riflessione in un filone di studi già consolidato e che si è ulteriormente espanso.**

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**.

HCM 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.

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 **ottobre-novembre 2022**.

Dei 76 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 o già considerati nei precedenti numeri. I contributi analizzati sono così suddivisi: 58 saggi in rivista che presentano ricerche originali e 5 saggi in rivista che presentano review (literature, systematic, meta-analysis).

I saggi dedicati al tema del **Covid-19** sono il 32% del totale (20 saggi), in linea con i precedenti numeri.

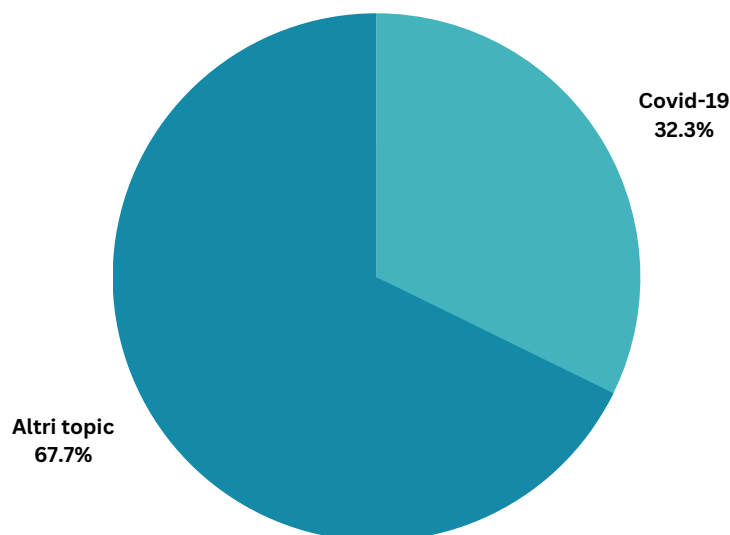


Figura 1 - Percentuale di topic dedicati al Covid-19 nel corpus

2. DESCRIZIONE DEL CORPUS

Oltre al tema del **Covid-19** che rappresenta quasi la metà del corpus dei contributi rilevati, i prodotti della ricerca risultano essere focalizzati su temi diversi: la **comunicazione della salute** per quasi la metà dei saggi, intesa come l'analisi di campagne di comunicazione e la valutazione dell'efficacia di messaggi; la relazione fra **social media e salute**. Ulteriori temi sono l'impiego di **nuove tecnologie** e **dell'arte o delle arti performative** per la salute e l'**health literacy**.

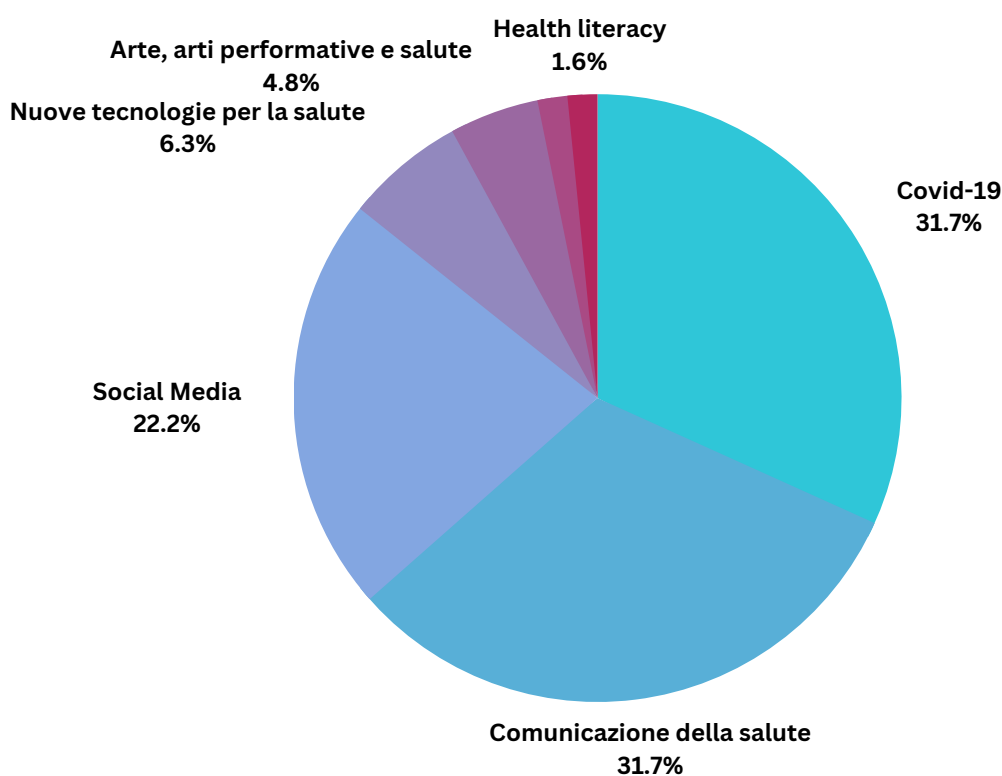


Figura 2 - Distribuzione dei topic nel corpus di HCM 6

3. EXECUTIVE SUMMARY



KEY INSIGHTS

- Gli articoli dedicati alla **pandemia** mostrano ricerche che corrispondono a uno stadio più evoluto della sua gestione: si analizzano le fasi successive al primo periodo e soprattutto si indaga la ricezione delle campagne di comunicazione presso pubblici che rischiano, o che talvolta sono effettivamente, marginalizzati, con l'eventualità che si creino importanti conseguenze per la loro salute.
 - Una **curiosità**: uno studio che ha indagato la copertura sui social media e sui media della prima settimana di pandemia negli Stati Uniti ha rilevato che la copertura sul Covid-19 e su tematiche non è stata dominante rispetto a temi quali economia e politica, un dato molto diverso dall'Italia dove invece si è registrata una copertura molto elevata della pandemia nello medesimo periodo.
- Emerge trasversalmente agli studi la necessità di **progettare in modo efficace la comunicazione della salute** in modo che sia ben profilata rispetto ai target e utilizzi in modo appropriato i diversi linguaggi.
- Fra le **tecniche e gli strumenti** di comunicazione efficace da considerare:
 - L'impiego del **modello personas**;
 - L'uso di infografiche, **comunicazione visuale** e tecniche di **storytelling**
- Alcuni studi sottolineano la necessità di riflettere su come comunicare a **pubblici specifici** fra cui:
 - **Donne**, che spesso sentono marginalizzate o vedono psicologizzati i propri disturbi;
 - **Malati**, riconsiderando le etichette con cui vengono chiamati, ad esempio l'etichetta di "sopravvissuti" (*survivors*) per i malati di cancro;
 - **Target fragili**, come adolescenti, anziani, minoranze etniche, persone senza fissa dimora.
- **Nuove tecnologie della comunicazione**
 - Si riflette sul ruolo degli **algoritmi** nella visibilità delle campagne di comunicazione sui social media;
 - Si propongono **modelli predittivi** per anticipare la diffusione di focolai o pandemie sulla base delle conversazioni sui social media;
 - Si presenta un modello di gestione del consulto in **telemedicina** che tenga conto delle reazioni psicologiche del paziente e della necessità di instaurare un rapporto empatico.

4. FOCUS

LA PRIMA ANNUALITA' DI HCM: UN BILANCIO



Nel corso dei sei numeri di Health Communication Monitor, sono stati analizzati i saggi pubblicati nel periodo compreso fra dicembre 2021 e novembre 2022.

- **Il corpus di analisi:** 347 saggi
 - 88% ricerche originali e paper teorici, 12% systematic review e metanalisi
- I saggi dedicati al **Covid-19** sono il 36%
- **Settori scientifici:** psicologia, sociologia, media studies

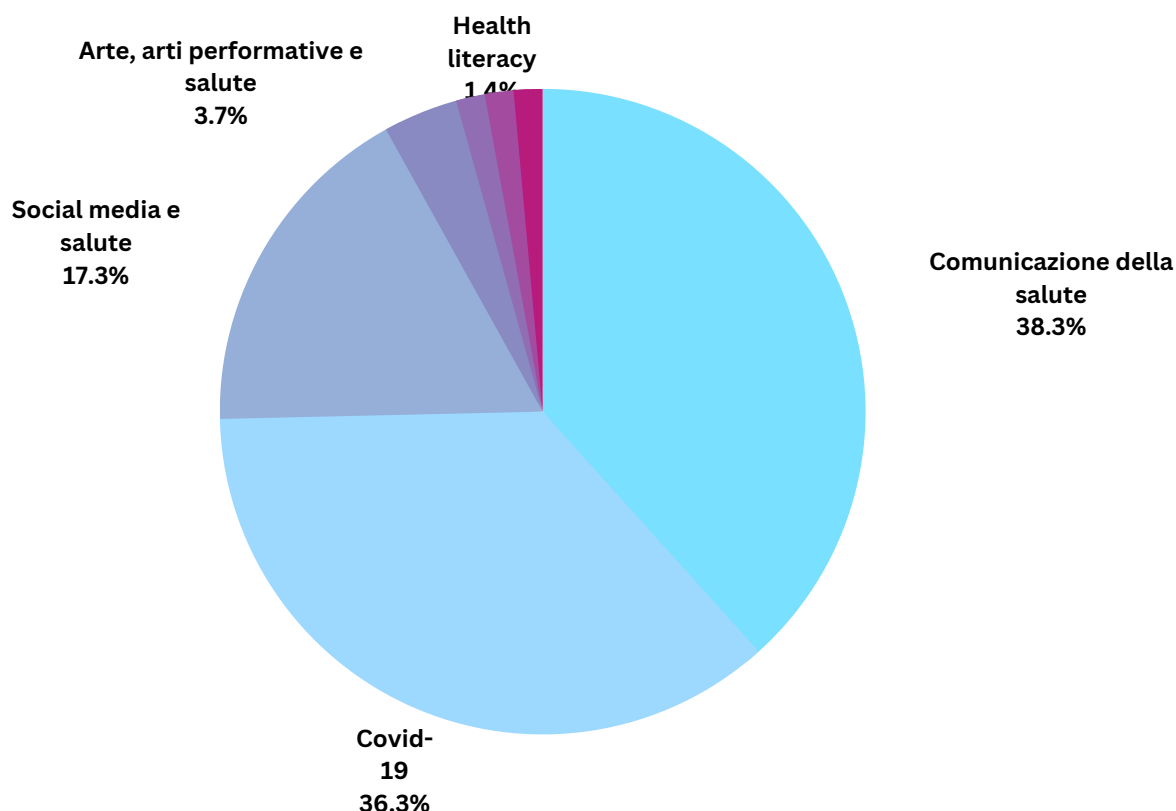


Figura 3 - Distribuzione dei topic nel corpus della prima annualità di HCM

I PRIMI CINQUE NUMERI

NUMERO 1 – *Presentazione del progetto e overview del dibattito*

NUMERO 2 – *Focus Covid-19; genitori, comunicazione della salute e media*

NUMERO 3 – *Focus Arti performative e salute (in collaborazione con CIT, Teatro Apollonio – Università Cattolica del Sacro Cuore)*

NUMERO 4 – *Focus Comunicazione pubblica della salute*

NUMERO 5 – *Focus Disinformazione e comunicazione della salute*

NUMERO 6 – *Sintesi della prima annualità*

UNA RIFLESSIONE SULLA METODOLOGIA

Il **corpus** di saggi viene reperito tramite l'OPAC di ateneo selezionando i due mesi in oggetto del numero e successivamente integrando il corpus sulla base dei riferimenti incrociati esplorando specifiche riviste.

Le **keyword** utilizzate: media+health, media+communication, media+performing/arts

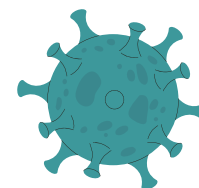
Un'analisi delle **logiche algoritmiche** impiegate dall'OPAC nella presentazione dei risultati:

- Pur eseguendo una ricerca full text e non impostando filtri specifici, risultano **privilegiati** gli autori che mettono le parole chiave ricercate nel titolo, nell'abstract e nelle keyword. Questo porta a una **professionalizzazione strategica** delle pubblicazioni, portando gli autori che scrivono nativamente in inglese e coloro che hanno maggiore esperienza di pubblicazione e promozione del proprio lavoro ad essere privilegiati. Questo pone la domanda sul fatto che ci possa essere o meno ancora una *serendipity* nella scoperta di autori e approcci.
- È emerso anche un **paradosso**: la rivista *Health Communication* è risultata poco indicizzata nelle ricerche per i primi cinque numeri, probabilmente perché non ha campo keyword, risultando necessario integrare il corpus con ricerche ad hoc. Nel reperimento del corpus del numero 6 l'indicizzazione di questa rivista risulta migliorata.

I TEMI PRINCIPALI

- **Globalità della pandemia e degli studi su media, comunicazione e salute:** numerosi studi analizzano la comunicazione nei propri paesi di origine, spostando l'attenzione dall'occidente. Un aspetto rilevante è anche l'attenzione per i diversi pubblici, non più solo rappresentati dal maschio bianco occidentale.
- **Comunicazione pubblica e istituzionale.** La comunicazione pubblica e istituzionale è stata al centro delle analisi sulla pandemia di Covid-19 ma ci sono anche numerosi studi che analizzano campagne di prevenzione e informazione. Gli studi sono trasversalmente concordi nel proporre alcune misure chiave per migliorarne l'efficacia:
 - Uso dei social media da parte delle pubbliche istituzioni
 - Coinvolgimento di influencer in campagne di prevenzione
 - Progettazione strategica anche della comunicazione della salute ispirandosi a tecniche di marketing e comunicazione commerciale (ad esempio impiegando lo storytelling, considerando l'aspetto emozionale ed emotivo legato alla salute, alternando l'uso di testi con comunicazioni visuali e infografiche).
- **Disinformazione**, in particolare la diffusione sui social media e la proposta di strumenti che le istituzioni possono utilizzare per contrastarla (ad esempio presenza delle istituzioni sui social media, coinvolgimento di ambassador e influencer, relazioni costanti con i media).
- Impatto dei **social media** sui processi di informazione e sul benessere, con una particolare attenzione all'impatto sulla salute mentale dei giovani.
- **Nuove tecnologie per la salute**
 - Il ruolo della Extended Reality (XR) per la formazione dei medici;
 - L'analisi del ruolo degli algoritmi nella diffusione di informazioni errate sulla salute;
 - L'affinamento dell'impiego della telemedicina considerando non solo gli aspetti informativi ma anche quelli emotivi.
- **Arte, arti performative e salute**
 - Nel corso dei numeri è aumentata l'attenzione verso questo tema a cui è stato dedicato il numero 3 di HCM. Sono 13 gli articoli complessivamente mappati (4%) che restituiscono però un quadro variegato e in corso di definizione dell'impiego dell'arte e delle arti performative per la salute.
 - Diverse sono le systematic review che cercano di fare il punto sull'argomento, mostrando l'eterogeneità delle tecniche impiegate e la mancanza di parametri condivisi per misurare l'efficacia degli interventi.
 - Alcuni studi evidenziano il ruolo positivo delle arti performative nella formazione dei giovani professionisti sanitari.

5. HIGHLIGHTS DAL CORPUS DI HCM5



1. PANDEMIA DI COVID-19

I contenuti dedicati al tema del **Covid-19** rappresentano circa un terzo del corpus, in linea con i precedenti numeri. I principali topic:

- Emerge un'attenzione trasversale a diversi paesi a considerare le **minoranze etniche o le persone ai margini della società** al fine di migliorare la comunicazione della salute nei loro confronti, evitando ulteriori marginalizzazioni. Fra i pubblici indagati emergono le popolazioni dell'America Latina (Bates et al., 2022); minoranze etniche nel Regno Unito (Ekezie et al., 2022); le comunità nella zona di Aoteroa in Nuova Zelanda (Dutta et al., 2022); le persone senza fissa dimora in Germania (Specht et al., 2022).
- L'analisi della **copertura su media e social media negli Stati Uniti** sulla pandemia all'inizio di marzo 2020 ha mostrato una prevalenza di temi di politica ed economia rispetto ai temi di salute (Chipidza et al., 2022). Questo dato è importante in ottica comparativa perché differisce, per esempio, da quanto rilevato in **Italia** dove la prima fase della pandemia ha dominato i palinsesti mediatici e le conversazioni sui social media. Questo aspetto può essere collegato anche con il differente andamento nel tempo della pandemia all'interno dei due paesi.
- Rispetto alla **relazione con le fonti istituzionali** emergono dei dati interessanti. Una survey svolta in **Italia** ha mostrato che durante la pandemia gli italiani si sono fidati maggiormente delle fonti ufficiali e della comunicazione fra pari, anche sui social media. Questo indica la necessità di strutturare una comunicazione pubblica della salute sempre più multicanale e di rafforzare le relazioni con i media (Ducci et al., 2022). Uno studio svolto negli **Stati Uniti** ha invece dimostrato una maggiore fiducia nei governi locali rispetto a quello federale e il ruolo dell'appartenenza politica rispetto alla fiducia nel governo federale: i Repubblicani hanno dichiarato di avere più fiducia nel governo federale rispetto ai Democratici. Anche l'origine etnica e culturale hanno un peso rilevante in questi processi, dal momento che gli afroamericani hanno dichiarato di avere meno fiducia nelle istituzioni governative in generale, al contrario degli asiatico-americani (H. Li et al., 2022).
- L'analisi dei messaggi di comunicazione legati alla pandemia hanno evidenziato un maggiore ruolo delle **emozioni** rispetto all'informazione nella percezione di efficacia, ma anche l'importanza di avere un messaggio specifico e non generico (R. Li, 2021).

2. COMUNICAZIONE DELLA SALUTE



Questa etichetta comprende gli studi che analizzano i fattori di efficacia della comunicazione e delle campagne di prevenzione.

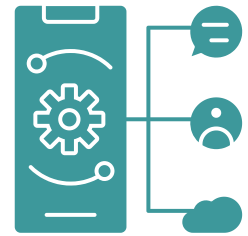
- Anche per questo tema emerge l'attenzione verso pubblici specifici come gli asiatico-americani in USA o le persone disabili.
- Facendo una sintesi rispetto agli studi, **componenti e caratteristiche di una comunicazione efficace risultano essere:**
 - Considerare il ruolo delle **emozioni** (Koinig, 2021): i messaggi contenuti un contenuto emozionale risultano più efficaci di messaggi esclusivamente informativi.
 - L'uso di **infografiche** risulta suscitare maggiore interesse e capacità di elaborazione rispetto a messaggi esclusivamente testuali (Lam et al., 2022).
 - L'impiego dello **storytelling** appare più efficace dell'inclusione di mera evidenza statistica (Xu, 2022).
 - Va tenuta conto l'**appartenenza culturale** dei pubblici. È noto che la cultura occidentale sia maggiormente legata all'individualismo mentre quella orientale alla collettività. Nella comunicazione della salute questo si traduce, per esempio, nella necessità di cambiare il focus dei messaggi, insistendo sul guadagno nel primo caso e sulla possibile perdita nel secondo caso. Risulta inoltre importante considerare le credenze pregresse, ad esempio in chi si fida di teorie cospirazioniste diminuisce la fiducia verso messaggi istituzionali (Agnihotri et al., 2022). È sempre più rilevante, quindi, lavorare sui **microtarget** e sui diversi pubblici per far sì che il messaggio abbia un effettivo impatto, in particolare per le campagne di prevenzione (Paiva et al., 2022).
- La **comunicazione interpersonale** è una componente fondamentale per l'efficacia delle campagne di prevenzione, soprattutto verso gli adolescenti. Le comunicazioni vanno quindi indirizzate non solo ai giovani ma anche alle persone di riferimento, come genitori (Mesman, Hendriks, Onrust, Neijens, et al., 2022; Silva et al., 2022), agli insegnanti (Mesman, Hendriks, Onrust, & Van den Putte, 2022).
- Uno dei punti nell'agenda degli studi sulla comunicazione in questi anni, non solo della salute, è cambiare il modo di considerare la **donna**, tanto nelle forme di rappresentazione quanto nei messaggi utilizzati. Questo tema si collega con il cambio del ruolo della donna nella società. Un interessante studio di Thompson et al. consente di approfondire alcune dinamiche di discriminazione e marginalizzazione della donna nella relazione con i professionisti sanitari. Le donne intervistate hanno dichiarato di aver visto minimizzati o psicologizzati i propri sintomi, incolpandole e facendole vergognare. Questo ha condotto le donne a "silenziare" le proprie richieste di assistenza medica (Thompson et al., 2022).
- Un altro aspetto importante è la considerazione della **modalità con cui ci si riferisce a determinate patologie o persone**. Uno studio rivolto ad indagare la percezione del termine "sopravvissuti" presso persone guarite dal cancro, ha mostrato che non tutti si riconoscono in questo termine e che alcuni individuano altri termini per designare la loro condizione, come guerriero, ex paziente o non desiderano nessuna etichetta (Wanzer et al., 2021).

3. SOCIAL MEDIA E SALUTE



- **L'analisi della comunicazione di un corpus di ospedali** dedicati alla cura del cancro mette in evidenza che è importante che gli ospedali si dotino di comunicatori ma anche di persone che si occupano di **big data e intelligenza artificiale**; è fondamentale avere un **approccio integrato** alla comunicazione e non più solo improntato sulle media relations; **ambassador interni** (medici, infermieri, personale) possono avere un ruolo importante nella comunicazione sui social media, ma devono essere adeguatamente alfabetizzati e formati riguardo alla loro e-health literacy.
- La ricezione dei messaggi riguardanti prodotti per la **modellazione del corpo** (ad esempio guaine ma anche tisane o integratori) da parte delle donne sui social media presenta dati interessanti. I dati mostrano che la ricezione è complessa in quanto le donne attuano diversi percorsi di approfondimenti dei dati presentati, anche cercando in banche dati scientifiche, producendo un proprio **"barometro" individuale** per la misura della loro affidabilità. Un aspetto importante è che la visione di immagini degli influencer e delle celebrità può aumentare l'insoddisfazione corporea così come essa può crescere dopo una gravidanza (Ashley, 2022).
- Il ruolo degli **influencer**, anche legati alla salute è sempre più rilevante, tanto che alcuni studiosi hanno formulato il concetto di **"pedagogia degli influencer"** per spiegare la loro modalità di presentazione dei temi di salute attraverso la combinazione di due tratti fondamentali della loro presenza online, ovvero l'autenticità e l'*expertise* (Hendry et al., 2022).
- La **presenza di contenuti accurati sui social media** può differire notevolmente in base alla piattaforma e al paese. Uno studio dei video su TikTok e Douyin sul cancro dell'apparato gastrico evidenziano che i video su TikTok in inglese non erano accurati, mentre lo erano quelli su Douyin in cinese (Hu et al., 2022).

4. SALUTE E NUOVE TECNOLOGIE



- Si riflette sul ruolo degli **algoritmi** nella visibilità delle campagne di comunicazione sui social media. Lo studio di Yoon et al. sulla disinformazione su YouTube e l'impiego di farmaci antitumorali per i cani (fenbendazolo) sull'uomo, ha trovato prove di una relazione complessa da parte di sistemi di raccomandazione umani e meccanici. Esponendo gli utenti a molteplici fonti di informazioni sull'autosomministrazione di fenbendazolo e collegandole tramite un algoritmo di raccomandazione, YouTube è diventata l'infrastruttura perfetta per rafforzare la convinzione che il fenbendazolo possa curare il cancro, nonostante gli avvertimenti del governo sui rischi e i pericoli dell'autosomministrazione. In conclusione gli autori segnalano che le autorità sanitarie dovrebbero pubblicare informazioni pertinenti attraverso più canali e dovrebbero sfruttare l'algoritmo di raccomandazione di YouTube esistente per interrompere la rete di disinformazione. Considerando le abitudini di visualizzazione dei pazienti e degli operatori sanitari, l'uso diretto dei canali ospedalieri di YouTube è più efficace dell'uso indiretto dei canali dei media di notizie di YouTube o dei canali governativi che riportano annunci e dichiarazioni pubbliche (Yoon et al., 2022).
- Si propongono **modelli predittivi** per anticipare i trend di la diffusione di focolai o pandemie sulla base delle conversazioni sui social media, in particolare su Twitter. L'analisi a posteriori della diffusione dei tweet in parallelo alla diffusione dei focolai negli Stati Uniti ha mostrato una buona capacità predittiva che potrebbe essere utilizzata in futuro nell'ambito di eventuali pandemie (Lazebnik et al., 2022).
- Si presenta un **modello di gestione del consulto genetico in telemedicina** che tenga conto delle reazioni psicologiche del paziente e della necessità di instaurare un rapporto empatico al fine di calibrare la comunicazione di buone e cattive notizie (Beach et al., 2022).

6. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

I TESTI INCLUSI NEL CORPUS DI HEALTH COMMUNICATION MONITOR 6

- Agnihotri, Arpita, Saurabh Bhattacharya, Natalia Yannopoulou, and Martin J. Liu. "Examining Social Media Engagement through Health-Related Message Framing in Different Cultures." *Journal of Business Research* 152, no. October 2021 (2022): 349–60. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.08.005>.
- Aguerrebere, Pablo Medina, Eva Medina, and Toni González Pacanowski. "Promoting Health Brands through Social Media. A Quantitative Analysis about the World's Best Cancer Hospitals." *Communication and Society* 35, no. 4 (2022): 165–84. <https://doi.org/10.15581/OO3.35.4.165-184>.
- Akatukwasa, Cecilia, Viola N. Nyakato, Dorcus Achen, Elizabeth Kemigisha, Daniel Atwine, Wendo Mlahagwa, Stella Neema, et al. "Level and Comfort of Caregiver-Young Adolescent Communication on Sexual and Reproductive Health: A Cross-Sectional Survey in South-Western Uganda." *BMC Public Health* 22, no. 1 (2022): 1–14. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14561-3>.
- Al-Rawi, Ahmed, and Kayli Jamieson. "Characterizing the Gendered Twitter Discussion of COVID-19 Hoax." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–10. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2149112>.
- Alabdullatif, Noof, Alejandro Arrieta, Lucie Dlugasch, and Nan Hu. "The Impact of IT-Based Healthcare Communication on Mammography Screening Utilization among Women in the United States: National Health Interview Survey (2011–2018)." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 19 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912737>.
- Alsaadi, Bushra, and Dimah Alahmadi. "Audience-Centered Approach for Health Communication over Social Media during Pandemic: Persona Template Based on Delphi Technique." *International Journal of Human-Computer Interaction* 0, no. 0 (2022): 1–13. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2144125>.
- Ashley, Rokeshia Renné. "#waistgangsociety: Black Women's Health Information-Seeking Behaviors Concerning Body Modification Products Advertised on Instagram." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–16. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2144281>.
- Bates, Benjamin R., Adriana Villegas-Botero, Jaime A. Costales, Ana L. Moncayo, Adriana Tami, Ana Carvajal, and Mario J. Grijalva. "COVID-19 Vaccine Hesitancy in Three Latin American Countries: Reasons Given for Not Becoming Vaccinated in Colombia, Ecuador, and Venezuela." *Health Communication* 37, no. 12 (2022): 1465–75. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2035943>.
- Beach, Wayne A., Heather E. Canary, Yea Wen Chen, Brianne M. Daly, Amanda Gammon, Matthew W. Savage, Lisa Madlensky, and Kimberly A. Kaphingst. "Communication About Negative and Uncertain Results: Interactional Dilemmas During a Genetic Telehealth Consult." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–12. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2145770>.
- Borah, Porismita, and Juwon Hwang. "Trust in Doctors, Positive Attitudes, and Vaccination Behavior: The Role of Doctor-Patient Communication in H1N1 Vaccination." *Health Communication* 37, no. 11 (2022): 1423–31. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1895426>.
- Caboral-Stevens, Meriam, Alice Jo Rainville, Olivia Ford, Xining Yang, Jessica Donnelly, Rachel Bessire, Tameka Jackson-Dyer, John Sonnega, and Tsu Yin Wu. "Challenges and Successes in Health Communication Messaging With Asian Americans." *Health Promotion Practice* 23, no. 1_suppl (2022): 149S–152S. <https://doi.org/10.1177/15248399221115449>.
- Chipidza, Wallace, Elmira Akbaripourdebazar, Tendai Gwanzura, and Nicole M. Gatto. "Topic Analysis of Traditional and Social Media News Coverage of the Early COVID-19 Pandemic and Implications for Public Health Communication." *Disaster Medicine and Public Health Preparedness* 16, no. 5 (2022): 1881–88. <https://doi.org/10.1017/dmp.2021.65>.
- Chu, Tsz Hang, and Fan Xiao. "Applying Stages of Change Model to Examine Online Peer Communication on Binge Eating." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–10. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2129640>.
- Cingel, Drew P., Alexis R. Lauricella, Lauren B. Taylor, Hannah R. Stevens, Sarah M. Coyne, and Ellen Wartella. "U.S. Adolescents' Attitudes toward School, Social Connection, Media Use, and Mental Health during the COVID-19 Pandemic: Differences as a Function of Gender Identity and School Context." *PLoS ONE* 17, no. 10 October (2022): 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0276737>.
- Davico, Chiara, Alessandra Rossi Ghiglione, Elena Lonardelli, Francesca Di Franco, Federica Ricci, Daniele Marcotulli, Federica Graziano, et al. "Performing Arts in Suicide Prevention Strategies: A Scoping Review." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 22 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph192214948>.
-

- Dietrich Leurer, Marie, Helen Vandenberg, and Derek Cameron. "Risk Communication in Public Health: Lessons from a Historic Fluoridation Debate in Saskatchewan." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2137771>.
- Ducci, Gea, Giovanni Boccia Artieri, Mario Corsi, and Camilla Folena. "Information Sources, Trust and Public Health Sector Communication on the Covid-19 Pandemic: A Study on the Italian Citizens' Perception." *Revista Espanola de Comunicacion En Salud* 13, no. 2 (2022): 182–99.
- Dutta, Mohan J., Pooja Jayan, Phoebe Elers, Christine Elers, Md Mahbubur Rahman, and Venessa Pokaia. "Receiving Healthcare Amidst Poverty During the COVID-19 Lockdowns: A Culture-Centered Interrogation." *Health Communication* 37, no. 12 (2022): 1503–9. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2111634>.
- Ekezie, Winifred, Akilah Maxwell, Margaret Byron, Barbara Czynnikowska, Idil Osman, Katie Moylan, Sarah Gong, and Manish Pareek. "Health Communication and Inequalities in Primary Care Access during the COVID-19 Pandemic among Ethnic Minorities in the United Kingdom: Lived Experiences and Recommendations." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 22 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph192215166>.
- Fang, Wen Ting, Jian Hua Sun, and Qing Dong Liang. "Reflections on the Battle against COVID-19: The Effects of Emotional Design Factors on the Communication of Audio-Visual Art." *Frontiers in Psychology* 13, no. November (2022): 1–19. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1032808>.
- Gaysynsky, Anna, Kathryn Heley, and Wen Ying Sylvia Chou. "An Overview of Innovative Approaches to Support Timely and Agile Health Communication Research and Practice." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 22 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph192215073>.
- Goodwin, Ian. "Programmatic Alcohol Advertising, Social Media and Public Health: Algorithms, Automated Challenges to Regulation, and the Failure of Public Oversight." *International Journal of Drug Policy* 109 (2022): 103826. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2022.103826>.
- Hadavi, Shafagh, Kody G. Kennedy, Geneva Mariotti, and Joseph F.X. DeSouza. "VisualEars: How an Immersive Art Exhibit Impacts Mood during the COVID-19 Pandemic." *Frontiers in Psychology* 13, no. October (2022): 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.910767>.
- Hebi, Maimounah, Johanna Czamanski-Cohen, and Faisal Azaiza. "Art Therapy in The Arab World." *Arts in Psychotherapy* 81, no. April (2022): 101969. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2022.101969>.
- Hendry, Natalie Ann, Catherine Hartung, and Rosie Welch. "Health Education, Social Media, and Tensions of Authenticity in the 'Influencer Pedagogy' of Health Influencer Ashy Bines." *Learning, Media and Technology* 47, no. 4 (2022): 427–39. <https://doi.org/10.1080/17439884.2021.2006691>.
- Hu, Ren hao, Hai bin Zhang, Biao Yuan, Ke hui Zhang, Jia yi Xu, Xi mao Cui, Tao Du, Chun Song, Shun Zhang, and Xiao hua Jiang. "Quality and Accuracy of Gastric Cancer Related Videos in Social Media Videos Platforms." *BMC Public Health* 22, no. 1 (2022): 1–8. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14417-w.lhm>
- Jennifer, and Chul Joo Lee. "Communication Networks and Individual Resilience for Individual Well-Being During a Time of Crisis." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–15. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2141041>.
- Jiang, Shaohai, Janice Tay, Annabel Ngien, and Iccha Basnyat. "Social Media Health Promotion and Audience Engagement: The Roles of Information Dissemination, Organization-Audience Interaction, and Action Confidence Building." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2150809>.
- Koinig, Isabell. "On the Influence of Message/Audience Specifics and Message Appeal Type on Message Empowerment: The Austrian Case of COVID-19 Health Risk Messages." *Health Communication* 37, no. 13 (2021): 1682–93. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1913822>.
- Kothari, Ammina, Kimberly Walker, and Kelli Burns. "#CoronaVirus and Public Health: The Role of Social Media in Sharing Health Information." *Online Information Review* 46, no. 7 (2022): 1293–1312. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2021-0143>.
- Lai, Miranda. "Communicating National Disability Insurance Scheme—Exploring Interpreters' Perspective." *Health Communication* 37, no. 13 (2021): 1661–70. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1912891>.
- Lam, Chervin, Zhongwei Huang, and Liang Shen. "Infographics and the Elaboration Likelihood Model (ELM): Differences between Visual and Textual Health Messages." *Journal of Health Communication* 27, no. 10 (2022): 737–45. <https://doi.org/10.1080/10810730.2022.2157909>.

- Lazebnik, Teddy, Svetlana Bunimovich–Mendrazitsky, Shai Ashkenazi, Eugene Levner, and Arriel Benis. “Early Detection and Control of the Next Epidemic Wave Using Health Communications: Development of an Artificial Intelligence–Based Tool and Its Validation on COVID–19 Data from the US.” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 23 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph192316023>.
- Li, Hongmei, Baojiang Chen, Zhuo Chen, Lu Shi, and Dejun Su. “Americans’ Trust in COVID–19 Information from Governmental Sources in the Trump Era: Individuals’ Adoption of Preventive Measures, and Health Implications.” *Health Communication* 37, no. 12 (2022): 1552–61. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2074776>.
- Li, Minghui, Yining Hua, Yanhui Liao, Li Zhou, Xue Li, Ling Wang, and Jie Yang. “Tracking the Impact of COVID–19 and Lockdown Policies on Public Mental Health Using Social Media: Infoveillance Study.” *Journal of Medical Internet Research* 24, no. 10 (2022). <https://doi.org/10.2196/39676>.
- Li, Minjie. “Blending Identity–Specific Depiction and Activism Advocacy in Black–Centric Health Advertising on Social Media: Intersectional Health Communication Targeting Black Cisgender Heterosexual and Black LGBTQ Populations.” *International Journal of Advertising* 42, no. 6 (2022): 1000–1036. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2135348>.
- Li, Ruobing. “Fear of COVID–19: What Causes Fear and How Individuals Cope with It.” *Health Communication* 37, no. 13 (2021): 1563–72. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1901423>.
- Li, Weilong, Courtney L. Scherr, Remington B. Fenter, Katie L. Watson, and Catherine A. Wicklund. “Exploring a Brief Medical Improvisational Performing Arts Intervention for Genetic Counseling Graduate Students.” *Journal of Genetic Counseling* 31, no. 5 (2022): 1193–1205. <https://doi.org/10.1002/jgc4.1590>.
- Liu, Jin, Yun Yi Hao, Hui Jia Mao, Xiang Ju Sun, Xiao Lu Huang, Chen Xin Quan, Mei Ling Cao, Shu Ting Wei, Xue Zheng Jin, and Yi Bo Wu. “Evidence–Based Core Information for Health Communication of Tobacco Control: The Effect of Smoking on Risks of Female Disease.” *Frontiers in Public Health* 10 (2022). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.986430>.
- Liu, Ran, Tianan Yang, Wenhao Deng, Xiaoyan Liu, and Jianwei Deng. “What Drives the Influence of Health Science Communication Accounts on TikTok? A Fuzzy–Set Qualitative Comparative Analysis.” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 21 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph192113815>.
- Lu, Fangcao, Yanqing Sun, and Jeffry Oktavianus. “Resistance to Masks During the COVID–19 Pandemic: How User Comments Drive Psychological Reactance to Health Campaigns.” *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–14. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2141045>.
- Mesman, Mathijs, Hanneke Hendriks, Simone Onrust, and Bas Van den Putte. “The Effects of Teacher Communication During a Health Intervention on Older Adolescents’ Predictors of Health Behaviour.” *European Journal of Health Communication* 3, no. 3 (2022): 143–63. <https://doi.org/10.47368/ejhc.2022.307>.
- Mesman, Mathijs, Hanneke Hendriks, Simone Onrust, and Bas van den Putte. “The Intervening Role of Conversational Frequency and Valence in a School–Based Health Intervention.” *Health Communication* 37, no. 13 (2021): 1590–99. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1909245>.
- Moon, Won Ki, Lucy Atkinson, Lee Ann Kahlor, Chungin Yun, and Hyunsang Son. “U.S. Political Partisanship and COVID–19: Risk Information Seeking and Prevention Behaviors.” *Health Communication* 37, no. 13 (2021): 1671–81. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1912948>.
- Nazarnia, Mahsa, Fatemeh Zarei, and Nasrin Rozbahani. “Development and Psychometric Properties of a Tool to Assess Media Health Literacy (MeHLit).” *BMC Public Health* 22, no. 1 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14221-6>.
- Nguyen, Tien C., Erin E. Donovan, and Michelle L. Wright. “Doula Support Challenges and Coping Strategies during the COVID–19 Pandemic: Implications for Maternal Health Inequities.” *Health Communication* 37, no. 12 (2022): 1496–1502. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.2012898>.
- Paiva, Jordana Crislayne de Lima, Sara Dias–Trindade, Mario Orestes Aguirre Gonzalez, Daniele Montenegro da Silva Barros, Pablo Holanda Cardoso, Pedro Henrique Castro Bezerra, Thaisa Gois Farias de Moura Santos Lima, et al. “Analysis of the Impact of Communication Campaigns under the Project ‘Syphilis No’: A National Tool for Inducing and Promoting Health.” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 23 (2022): 1–15. <https://doi.org/10.3390/ijerph192315884>.

- Pfender, Emily J., Elaine Wittenberg, Anna M. Kerr, and Joy V. Goldsmith. "Family Communication in Autism Spectrum Disorder: Applying the Family Caregiver Communication Typology to Parent Caregivers." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2128232>.
- Shaw, George, Margaret Zimmerman, Ligia Vasquez-Huot, and Amir Karami. "Deciphering Latent Health Information in Social Media Using a Mixed-Methods Design." *Healthcare* (Switzerland) 10, no. 11 (2022). <https://doi.org/10.3390/healthcare10112320>.
- Silva, Martha, Sethson Kassegne, Robert Hugues Y. Nagbe, Lorimpo Babogou, Rebecca Ezouatchi, Abdou Louche Ado, Farida Moussa, and Leanne Dougherty. "Changing the Script: Intergenerational Communication about Sexual and Reproductive Health in Niamey, Niger." *Journal of Health Communication* 27, no. 10 (2022): 755–63. <https://doi.org/10.1080/10810730.2022.2160527>.
- Slavik, Catherine E., and Niko Yiannakoulis. "Investigating Reports of Cancer Clusters in Canada: A Qualitative Study of Public Health Communication Practices and Investigation Procedures." *Health Promotion and Chronic Disease Prevention in Canada* 42, no. 11–12 (2022): 490–502. <https://doi.org/10.24095/hpcdp.42.11/12.04>.
- Smahel, David, Hayriye Gulec, Adela Lokajova, Lenka Dedkova, and Hana Machackova. "The Integrative Model of ICT Effects on Adolescents' Well-Being (IMEW): The Synthesis of Theories from Developmental Psychology, Media and Communications, and Health." *European Journal of Developmental Psychology* 00, no. 00 (2022): 1–18. <https://doi.org/10.1080/17405629.2022.2135501>.
- Specht, Anabell, Navina Sarma, Tabea Linzbach, Theresa Hellmund, Merle Horig, Mia Wintel, Gabriela Equihua Martinez, Joachim Seybold, and Andreas K. Lindner. "Participatory Development and Implementation of Inclusive Digital Health Communication on COVID-19 with Homeless People." *Frontiers in Public Health* 10 (2022). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.1042677>.
- Srivastava, Mallika, and Madhur Raina. "The Impact and Success of Health-Care-Related Social Media Usage – Pre- and Post-COVID Analysis." *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing* 16, no. 4 (2022): 624–44. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-10-2020-0092>.
- Sun, Huiping, Lin Qian, Mengxin Xue, Ting Zhou, Jiling Qu, Jingxin Zhou, Junchao Qu, et al. "The Relationship between EHealth Literacy, Social Media Self-Efficacy and Health Communication Intention among Chinese Nursing Undergraduates: A Cross-Sectional Study." *Frontiers in Public Health* 10 (2022). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.1030887>.
- Thompson, Charee M., Sara Babu, and Shana Makos. "Women's Experiences of Health-Related Communicative Disenfranchisement." *Health Communication* 00, no. 00 (2022): 1–12. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2137772>.
- Wanzer, Melissa Bekelja, Kathryn G. Simon, and Noah J. Cliff. "Interpreting Cancer Survivors' Perceptions of the Survivor Label Through Social Identity and Communication Accommodation Theories." *Health Communication* 37, no. 13 (2021): 1600–1608. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1909263>.
- White-Ryan, Linda, Janna C. Heyman, Peggy L. Kelly, Manoj Pardansani, Thomas V. Caprio, Sharon Wexler, Jacqueline Berman, and Tobi Abramson. "The Invisible Gap: Older Adults' Communication with Health Care Providers about Concomitant Use of Alcohol and Medications." *Gerontology and Geriatrics Education* 00, no. 00 (2022): 1–12. <https://doi.org/10.1080/02701960.2022.2138866>.
- Yang, Qinghua, and Weidan Cao. "Health Disparities in Online COVID-19 Information Seeking and Protective Behaviors: A Two-Wave Longitudinal Study." *Health Communication* 37, no. 12 (2022): 1534–43. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2056980>.
- Yoon, Ho Young, Kyung Han You, Jung Hye Kwon, Jung Sun Kim, Sun Young Rha, Yoon Jung Chang, and Sang Cheol Lee. "Understanding the Social Mechanism of Cancer Misinformation Spread on YouTube and Lessons Learned: Infodemiological Study." *Journal of Medical Internet Research* 24, no. 11 (2022). <https://doi.org/10.2196/39571>.
- Zhang, Shuai, Feicheng Ma, Yunmei Liu, and Wenjing Pian. "Identifying Features of Health Misinformation on Social Media Sites: An Exploratory Analysis." *Library Hi Tech* 40, no. 5 (2022): 1384–1401. <https://doi.org/10.1108/LHT-09-2020-0242>.

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