

Impatto dei mezzi di comunicazione su “vaccine literacy” e “vaccine hesitancy”: revisione sistematica

Francesco Leonforte^a, Vito Nicosia^b, Paola Comite^b, Giustino Morlino^c, Antonio Mistretta^{b,d}

a: Direzione Medica, Azienda Ospedaliera Universitaria Policlinico "G. Rodolico - San Marco", Catania, Italia

b: Dipartimento di Scienze Mediche, Chirurgiche e Tecnologie Avanzate "G. F. Ingrassia", Università di Catania, Catania, Italia

c: U.O.C. Accreditamento, Azienda Sanitaria Locale "Roma 1", Roma, Italia

d: Servizio di Comunicazione Scientifica, Istituto Superiore di Sanità, Roma, Italia

Background: L'efficacia della comunicazione in ambito vaccinale costituisce un obiettivo prioritario in sanità pubblica. Essa deve, tuttavia, confrontarsi con sfide quali l'esitazione vaccinale e l'infodemia, ulteriormente esacerbatesi in seguito alla pandemia da COVID-19. I mezzi di comunicazione offrono notevoli opportunità in questo senso, ma potrebbero anche condurre ad una maggiore diffusione di “fake news” e sfiducia.

Obiettivo: Lo scopo di questo studio è di fornire un quadro completo e approfondito in merito all'efficacia dei diversi mezzi di comunicazione nel promuovere la “vaccine literacy” e nel contrastare la “vaccine hesitancy”, valutando l'influenza dei principali fattori sociodemografici e individuando le prospettive future.

Metodi: È stata condotta una revisione sistematica della letteratura secondo le linee guida PRISMA. Partendo da un totale di 5.124 articoli (rivenuti tramite PubMed, Scopus e Web of Science) è stato effettuato uno screening preliminare basato su titoli e abstract con rimozione dei duplicati e applicazione di criteri di inclusione ed esclusione predefiniti, pervenendo alla selezione di 77 studi. Di questi ultimi, 34 sono stati inclusi e adeguatamente categorizzati in seguito al “full-text” screening.

Risultati: I mezzi di comunicazione tradizionali, quali la televisione, la radio e i giornali, appaiono più efficaci ed autorevoli nel migliorare le attitudini verso i vaccini e l'aderenza vaccinale rispetto ai social media e agli altri mezzi di comunicazione online. Il ruolo di questi ultimi risulta controverso, in quanto possono alimentare la sfiducia e la disinformazione, ma, se impiegati sotto la supervisione delle istituzioni sanitarie, consentono di ampliare l'adesione alle campagne vaccinali.

L'adesione alla vaccinazione è significativamente influenzata dai determinanti sociodemografici, tra cui il genere, l'età, l'etnia, il livello di istruzione, lo status socioeconomico e l'orientamento politico. Questi fattori consentono di profilare le caratteristiche della popolazione target e di modellare strategie comunicative più inclusive e su misura. In diversi studi analizzati si riscontrano limiti nella scelta di misurare l'intenzione di vaccinarsi anziché l'aderenza effettiva e nell'utilizzo di dati auto-riferiti.

Conclusioni: Le strategie comunicative in ambito vaccinale devono essere rivalutate e perfezionate alla luce dei rapidi progressi tecnologici e dei cambiamenti sociodemografici, al fine di implementare approcci mirati ed efficaci. La combinazione tra contenuti multimediali, strumenti interattivi, intelligenza artificiale e media tradizionali potrebbe avere interessanti risvolti futuri.

PROSPERO ID: CRD42025637441

Figure 1. PRISMA flowchart

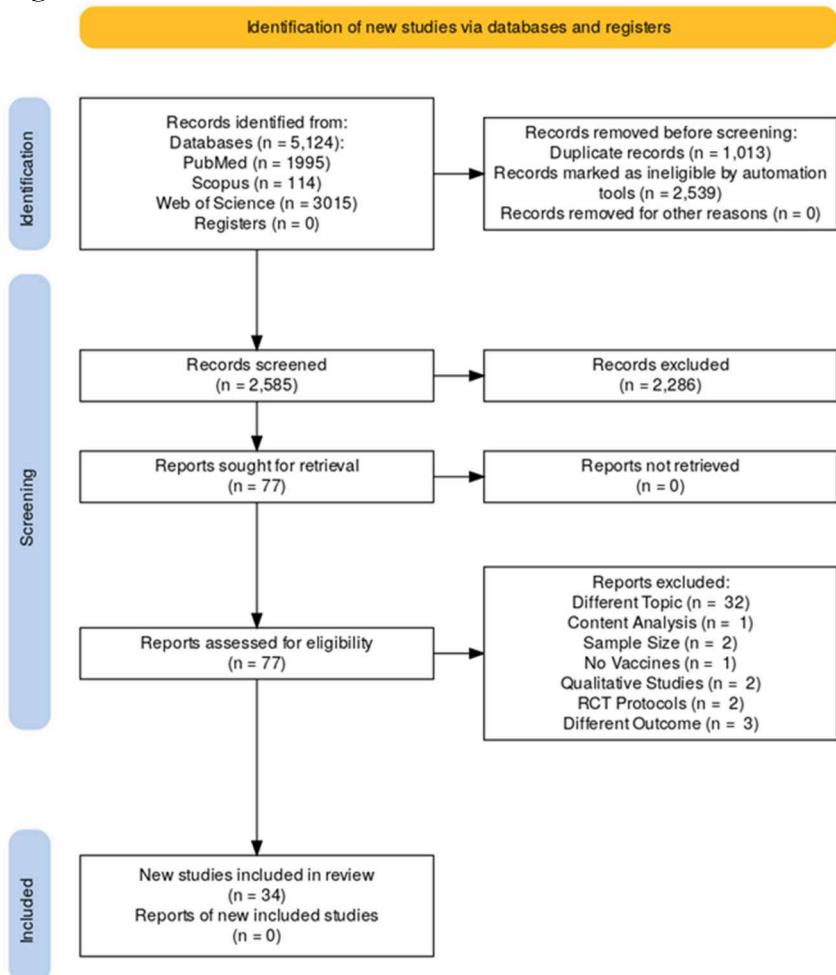


Table 1. Criteri di inclusion e di esclusione

Inclusion criteria	
<i>Population</i>	Studies on adult subjects (≥ 18 years), sample size ≥ 1000
<i>Intervention</i>	Strategies designed to improve vaccine literacy, increase vaccination adherence, and reduce hesitancy
<i>Comparison</i>	Studies comparing different communication strategies or using control groups.
<i>Outcome</i>	Indicators such as vaccine literacy, vaccination adherence, and reduction in hesitancy.
Exclusion criteria	
	Studies not conducted on humans or conducted exclusively on the paediatric population or healthcare professionals, sample size < 1000
	Reviews, abstracts, editorials, letters, preprints, and other types of articles not covered by the inclusion criteria.
	Articles not in English
	Articles that do not concern vaccines or interventions/means aimed at improving adherence or communication in the vaccination context