

Comunicarea pentru sănătate în societatea digitală

Teorii, cercetări și aplicații

ALINA DUDUCIUC
(coord.)

Tehnoredactor: CRISTIAN LUPEANU

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin
Editurii COMUNICARE.RO, 2025.

Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul
Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative,
Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

Editura COMUNICARE.RO

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei, nr. 6, sector 1
010643, București
România
Tel.: 0372.177.150
www.edituracomunicare.ro
e-mail: editura@comunicare.ro

ISBN 978-973-711-668-0 (ediție electronică)

ISBN 978-973-711-664-2 (ediție tipărită)

CUPRINS

Prefață / 9

Capitolul 1 (ALINA DUDUCIUC)

Comunicarea în domeniul sănătății: de la epidemia de HIV/SIDA la dominanța platformelor sociale / 13

1.1. Contextul social al emergenței comunicării în domeniul sănătății / 13

1.2. Evoluția comunicării în domeniul sănătății / 16

1.3. Comunicarea în domeniul sănătății: o nouă disciplină de studiu în științele comunicării / 26

1.4. Ce este comunicarea în domeniul sănătății? / 32

Bibliografie / 37

Capitolul 2 (ALINA DUDUCIUC)

Teorii și modele ale comunicării în sănătate:

aplicații pentru campaniile de promovare a sănătății / 45

2.1. Introducere / 45

2.2. Când campaniile țintesc convingerile oamenilor: modelul convingerilor despre sănătate / 47

2.3. Aplicații ale HBM în promovarea sănătății: avantaje și limite / 49

2.4. Când campaniile induc frica: teoria motivației pentru protecție (PMT) / 51

2.5. Aplicații ale teoriei motivației pentru protecție (PMT) / 52

2.6. Când frica influențează evitarea sau controlul pericolului: modelul răspunsului paralel la comunicarea riscului (EPPM) / 57

2.7. Aplicații ale EPPM: efectul fricii în campaniile de sănătate / 63

Bibliografie / 70

Capitolul 3 (ADINA IONESCU)

Dezinformarea și combaterea dezinformării în domeniul sănătății / 73

3.1. Introducere / 73

3.2. Ecosistemul informațional pandemic – dezinformarea / 74

3.3. Dezinformarea în perioada pandemiei Covid-19 / 82

3.4. Combaterea dezinformării prin alfabetizare
în domeniul sănătății / 85

Bibliografie / 93

Capitolul 4 (FLAVIA DURACH)

Demontarea narațiunilor care dezinformează

în domeniul medical / 104

4.1. Introducere / 104

4.2. Concepte-cheie / 105

4.3. Demontarea narațiunilor care dezinformează
în domeniul medical / 108

4.4. Mențiuni finale / 113

Bibliografie / 114

Capitolul 5 (FLORIN ZERU)

Comunicare despre sănătate pe rețelele sociale / 116

5.1. Introducere / 116

5.2. Utilizarea rețelelor sociale de către profesioniștii
din sănătate / 118

5.3. Influența rețelelor sociale asupra comportamentului
și deciziilor de sănătate ale pacienților / 122

5.4. Utilizarea rețelelor sociale de către instituțiile de sănătate:
recomandări pentru o comunicare eficientă / 126

5.5. Concluzii / 130

Bibliografie / 132

Capitolul 6 (ADINA IONESCU)

Gamificarea și rolul noilor tehnologii de comunicare

în sănătate / 138

6.1. Introducere / 138

6.2. Noile tehnologii în domeniul sănătății / 139

6.3. Inteligența Artificială și etica utilizării acesteia
în domeniul medical / 143

6.4. Etica utilizării tehnologiilor în domeniul medical / 145

6.5. Realitatea virtuală / 147

6.6. Gamificarea și jocurile „serioase” folosite
în domeniul medical / 149

6.7. Cuantificarea sinelui / 155

Bibliografie / 159

Capitolul 7 (DIANA-MARIA CISMARU, RALUCA SILVIA CIOCHINĂ, ANDREEA MIHAI)

Medicina stilului de viață: provocări la nivelul comunicării pentru adoptarea unui stil de viață sănătos / 168

- 7.1. Studii longitudinale pe tema efectelor pozitive ale adoptării stilului de viață sănătos / 171
 - 7.2. Efectele pozitive ale stilului de viață sănătos în cazul persoanelor cu boli cronice / 176
 - 7.3. Studii realizate în România pe tema stilului de viață sănătos / 178
 - 7.4. Comunicarea și educația pentru stilul de viață sănătos / 181
 - 7.5. Stakeholderi și canale de promovare a stilului de viață sănătos / 184
 - 7.6. Concluzii / 194
- Bibliografie / 196

Capitolul 8 (ANDREEA RĂCEANU)

Comunicarea strategică pentru sănătate: relațiile publice în domeniul sănătății / 201

- 8.1. Conceptualizarea relațiilor publice / 201
 - 8.2. Declinarea relațiilor publice în domeniul sănătății și diferențierea de alte servicii de comunicare / 206
 - 8.3. Coordonate fundamentale în practica relațiilor publice în sănătate / 210
- Bibliografie / 216

Capitolul 9 (MONICA BAHNĂ)

Narațiunea medicală și educația prin divertisment în comunicarea pentru sănătate / 220

- 9.1. Introducere / 220
 - 9.2. Narațiunea medicală: formă și funcții / 222
 - 9.3. Educația prin divertisment (*edutainment*) în comunicarea medicală / 225
 - 9.4. Modele teoretice ale narațiunilor medicale / 227
- Bibliografie / 244

Capitolul 10 (ALINA DUDUCIUC)

Comunicarea medic-pacient: o abordare psihosociologică / 249

- 10.1. Introducere / 249
- 10.2. Funcțiile comunicării medic-pacient: în ce sens comunicarea este benefică sănătății? / 250

- 10.3. Relația medic-pacient: de la paternalism
la comunicarea orientată spre pacient / 253
 - 10.4. Bariere în comunicarea medic-pacient / 255
 - 10.5. Rolul comunicării nonverbale în consultația medicală / 265
 - 10.6. Protocolul Calgary-Cambridge: un instrument standardizat
de ghidare a interviului medical / 268
 - 10.7. Comunicarea medic-pacient – o componentă
a comunicării strategice în domeniul sănătății / 271
- Bibliografie / 273
- Prezentarea autorilor* / 281

PREFAȚĂ

În ultimii douăzeci de ani, comunicarea în domeniul sănătății (*health communication*) s-a consolidat ca o știință importantă, cu o prezență semnificativă în programele universităților din Europa și Statele Unite ale Americii, precum și în activitățile profesioniștilor din comunicarea publică. Studiul comunicării pentru sănătate a acumulat numeroase teorii explicative și date de cercetare din diverse zone ale științelor sociale și medicale, în special din sociologie, psihologie clinică, psihosociologie și științe ale comunicării. În comunitatea științifică, temele despre abilitățile de comunicare interpersonală ale profesioniștilor în sănătate au fost printre primele dezbătute, iar sintagma „comunicare orientată spre pacient” (*patient-centered communication*) a dominat conversațiile publice despre rolul comunicării în domeniul sănătății. Fără a nega importanța abilităților de comunicare în relația medic-pacient, o altă direcție de cercetare emergentă ne-a inspirat să alcătuim volumul de față, respectiv studiul modului în care oamenii accesează și vin în contact cu informația despre sănătate pe un spectru variat de canale de comunicare din mass-media tradiționale (de exemplu, TV și radio) și digitale (de exemplu, social media).

Am delimitat astfel zece teme despre *health communication*: evoluția studiului și practicilor de comunicare publică în domeniul sănătății; campanii de promovare a sănătății, combaterea dezinformării, comunicarea despre sănătate pe social media; efectele gamificării și impactul noilor tehnologii emergente în sănătate; comunicarea medic-pacient în societatea digitală, narațiunea medicală și educația prin divertisment în comunicarea pentru sănătate; comunicarea strategică pentru sănătate, alfabetizarea digitală și rolul relațiilor publice în actualul ecosistem de informare și comunicare. Nota comună a acestora constă în preocuparea autorilor de a prezenta felul în care accesibilitatea informației despre sănătate în societatea digitală influențează – consolidează sau destructurează – convingerile

(credințele) despre sănătate pe care oamenii le împărtășesc cu semenii lor și cu profesioniștii din domeniul sănătății.

În contextul ecosistemului actual de informare și comunicare, starea de „sănătate informațională” a oamenilor, adică nivelul lor de alfabetizare digitală în domeniul sănătății, a atins niveluri critice de îngrijorare. Cu alte cuvinte, capacitatea oamenilor de a evalua corect informațiile pe care le consumă, de a distinge între sursele credibile și cele înșelătoare, precum și dezvoltarea unui comportament critic față de știrile și mesajele despre sănătate care circulă atât în media tradițională, cât și pe rețelele sociale, devine o problemă sistemică care necesită o atenție deosebită. Așadar, o stare bună de „sănătate informațională”, după cum se arată și în capitolele acestei lucrări, presupune nu doar accesul populației la informațiile furnizate de profesioniștii din sistemul de sănătate, ci și înțelegerea modului în care informația despre sănătate este produsă, filtrată, distribuită și amplificată pe diferite canale de comunicare sau de către anumite surse de comunicare.

Ideea de a alcătui acest volum a pornit, totodată, de la observarea faptului că mesajele destinate sănătății depășesc cadrul interacțiunii clinice medic-pacient, fiind din ce în ce mai prezente pe platformele sociale, adică informația despre sănătate este produsă, filtrată și distribuită pe noile canale de informare. Acest fenomen se datorează faptului că rețelele sociale au devenit principalele canale de informare. În special pentru publicul tânăr, social media reprezintă o modalitate relevantă de informare și interacțiune, ceea ce face ca prezența comunicatorilor din sectorul medical pe platformele sociale și organizarea activității de comunicare publică să devină crucială pentru informarea corectă a populației.

Cartea se adresează studenților și doctoranzilor din domeniul științelor sociale și medicale, dar și profesioniștilor din sănătate și din industria MARCOM, în orizontul noilor profesii ale viitorului: *social media health strategist, e-health literacy specialist, healthcare public relations officer, health UX-designer, health misinformation analyst* etc. În acest sens, temele din volum pot fi documentate selectiv, în funcție de interesele de cercetare. Studenții și doctoranzii interesați de abordarea științifică a efectelor comunicării asupra sănătății pot consulta capitolele despre constituirea disciplinei *health communication*, respectiv tendin-

țele din cercetarea fundamentală și aplicată. Astfel, în volum sunt descrise anumite instrumente utilizate în cercetarea aplicată a comunicării pentru sănătate, în special pentru măsurarea impactului comunicării publice și interpersonale asupra audienței sau pentru construirea mesajelor campaniilor în funcție de caracteristicile grupului țintă. Totodată, în volum sunt prezentate concepte, teorii, cercetări și aplicații utile pentru planificarea campaniilor de comunicare pentru sănătate în mass-media tradiționale și social media.

Profesioniștilor din sectorul medical și experților din comunicare le recomandăm capitolele despre combaterea dezinformării, prezența medicilor pe platformele sociale, planificarea unor campanii strategice de relații publice și de alfabetizare pentru stilul de viață sănătos, precum și despre structurarea optimă a informațiilor (de exemplu, protocoalele de comunicare) în interacțiunea medic-pacient. În acest sens, autorii capitolelor au subliniat importanța comunicării strategice în domeniul sănătății și au explicat impactul social media și al noilor tehnologii – un context social recent care a redefinit modalitățile în care actorii relevanți din societate comunică despre sănătate.

Într-un climat social marcat de polarizarea opiniei publice, în special în timpul și după pandemia Covid-19, cunoașterea modului în care circulă și este amplificată informația despre sănătate pe anumite canale de comunicare, precum și efectele acestora asupra percepțiilor și conduitelor oamenilor, devine esențială pentru combaterea dezinformării, promovarea unor comportamente pentru sănătate validate în comunitatea științifică și consolidarea încrederii în sursele credibile de informație medicală.

Nu în cele din urmă, sperăm ca volumul de față să deschidă calea unor cercetări interdisciplinare și dialoguri interprofesionale constructive pentru planificarea eficientă a comunicării publice despre sănătate, optimizarea dialogului medic-pacient și alfabetizarea digitală în domeniul sănătății, precum și consolidarea încrederii publicului în practicile și politicile de sănătate bazate pe dovezi.

*ALINA DUDUCIUC,
coordonatoarea volumului*