

Riassunto del rapporto finale – Pertinenza dei messaggi di prevenzione e tabagismo degli adolescenti di età compresa tra i 14 e i 18 anni

Nel 2009, il 24 per cento degli adolescenti svizzeri di età compresa tra i 14 e i 19 anni erano fumatori (Radtke, Keller, Krebs, & Hornung, 2009). L'adolescenza è un periodo di transizione spesso stressante, caratterizzato da cambiamenti fisici, biologici, identitari e comportamentali. Non è dunque raro veder comparire comportamenti a rischio come il tabagismo. Sebbene questo aspetto sia noto, solo un numero relativamente esiguo di programmi di prevenzione della salute sono destinati ai più giovani e pochi studi hanno esaminato nello specifico i messaggi di prevenzione sui pacchetti di sigarette.

Il presente studio è stato condotto al fine di ottimizzare l'impatto di questi messaggi sulle abitudini al fumo dei giovani, prendendo in esame gli atteggiamenti e le differenze individuali dei fumatori e dei non fumatori, su un campione di adolescenti di età diversa residenti in Svizzera romanda. Nello specifico, questa ricerca articolata in tre fasi si è concentrata sull'impatto delle diverse variabili psicolinguistiche contenute nei messaggi di prevenzione del tabagismo, sul trattamento dell'informazione, su determinati fattori psicologici e sui comportamenti legati alla salute degli adolescenti di 14, 16 e 18 anni. La prima fase, denominata *Creazione dei messaggi e impatto mentale*, puntava a identificare le variabili che hanno un impatto sul trattamento dei messaggi di prevenzione negli adolescenti. La seconda fase, *Atteggiamenti generali delle popolazioni esaminate*, consiste nel monitorare gli atteggiamenti, le intenzioni e i comportamenti degli adolescenti nei confronti del tabagismo e dell'alcol. Infine, la fase *Cambiamento di atteggiamento*, permetteva di proporre messaggi pertinenti (identificati in occasione della prima fase) e di misurare l'impatto di questi ultimi sugli atteggiamenti (identificati durante la seconda fase) e le abitudini al fumo dopo la lettura dei messaggi. Un'ultima fase doveva consentire di misurare gli effetti sugli atteggiamenti e sui comportamenti a tre mesi di distanza dalla diffusione dei messaggi. Lo scopo ultimo era di determinare quale contenuto di un messaggio riuscisse a convincere i giovani a non cominciare a fumare, a ridurre il loro consumo o addirittura ad abbandonare questo comportamento a rischio.

I nostri risultati mostrano che esistono differenze importanti tra i gruppi di età (14, 16 e 18 anni) e tra le persone che fumano e quelle che non hanno mai provato. In generale, il consumo di tabacco aumenta con l'età, sebbene la maggioranza degli adolescenti affermi di non fumare (85 %, n=238). Anche il consumo di alcol, regolare o sporadico, assume un ruolo importante, aumentando la probabilità che un adolescente ha di fumare, indipendentemente dall'età. Sembra peraltro che una sola esperienza di ebbrezza contribuisca già a trattare in modo diverso le informazioni associate al tabagismo. Inoltre, una percezione elevata dei pericoli del tabacco diminuisce notevolmente il rischio di fumare. Osserviamo tuttavia pochi effetti per quanto riguarda i cambiamenti nel comportamento, nell'atteggiamento e nelle convinzioni dopo aver letto i messaggi di prevenzione dell'UFSP e quelli sviluppati dalla presente ricerca. Per concludere, sembra che i messaggi sperimentali abbiano un impatto maggiore sui non fumatori e sui più giovani.