INFLUENZA DELLE CARATTERISTICHE INDIVIDUALI NELLA VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DEI MESSAGGI PERSUASIVI SUL RISCHIO STRADALE NEGLI ADOLESCENTI

M. Zambianchi[a]

[a]Dipartimento di Psicologia, Università degli Studi di Bologna

Sintesi e adattamento dell'articolo:
"Influenza delle caratteristiche individuali nella valutazione dell'efficacia dei messaggi persuasivi sul rischio stradale negli adolescenti"
in *Psicologia della Salute*, n.2/2006, "Ricerche e Rassegne", pp: 5-18

A cura di
Elena Barbera, Mariella Di Pilato
DoRS – Regione Piemonte
(*Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute)*

ABSTRACT
La ricerca ha analizzato l'importanza di alcune caratteristiche individuali nella valutazione dell'efficacia dissuasiva di due messaggi sul rischio stradale in un gruppo di adolescenti. I risultati evidenziano come le caratteristiche di complessità narrativa, vividezza e chiarezza delle conseguenze proprie del messaggio sono associate ad una valutazione di maggiore efficacia persuasiva. La prospettiva temporale futura, la percezione di gravità del rischio stradale ed il comportamento passato sono i fattori individuali significativamente correlati ad una valutazione positiva del messaggio.

Introduzione

Nell'ambito degli studi sulla comunicazione persuasiva legata alla promozione di comportamenti protettivi, emerge la necessità di comprendere in modo più dettagliato i processi cognitivi ed emozionali implicati nell'elaborazione dei messaggi pubblicitari da parte di gruppi di popolazione specificatamente individuata, al fine di modificarne gli atteggiamenti, la percezione del rischio ed i comportamenti.
Le strategie di segmentazione dei gruppi sociali a cui destinare i messaggi sembrano oggi concentrare in modo crescente l'attenzione su diverse variabili di personalità e fattori individuali che rappresentano un nuovo elemento di conoscenza in grado di fare luce sui processi che portano all'elaborazione e alla valutazione dei messaggi. Infatti, sebbene le

caratteristiche demografiche (età, sesso, scolarizzazione) siano già un iniziale criterio di segmentazione, qualsiasi segmentazione ulteriore del target deve essere individuata sulla base di variabili psicografiche (atteggiamenti, valori, credenze, fattori di personalità), legate sia al comportamento a rischio in questione, sia al canale comunicativo e allo stile del messaggio preferiti dai membri del gruppo.
La letteratura scientifica sui comportamenti a rischio in adolescenza ha da tempo messo in luce la presenza di rapporti significativi tra diverse caratteristiche individuali e di personalità ed il coinvolgimento nel rischio (giovani fortemente coinvolti in diversi comportamenti a rischio presentano spesso fattori di personalità e individuali quali: aggressività, reattività allo stress, bassa autostima, bassa aspettativa di successo scolastico, senso di sfiducia verso la vita,...).
Tra le caratteristiche individuali potenzialmente in grado di incidere sulla valutazione dei messaggi persuasivi sul rischio stradale troviamo:

1. l'"orientamento al rischio", ossia la misura in cui gli adolescenti sono favorevolmente orientati verso tutte quelle attività che comportano l'assunzione di rischio;
2. gli atteggiamenti relativi al tema oggetto della comunicazione persuasiva ed il comportamento adottato in passato;
3. la prospettiva temporale:
    - coloro che presentano una prospettiva temporale centrata sul presente potrebbero enfatizzare gli elementi più "immediati" dello stimolo presentato ed i benefici a breve termine connessi con l'adozione di uno specifico rischio (ad es. l'approvazione da parte del peer group, la visibilità sociale, le sensazioni forti offerte dalla sperimentazione del rischio);
    - coloro che possiedono invece una prospettiva temporale orientata prevalentemente sul futuro tenderanno più probabilmente a valutare in modo più attento le conseguenze a medio e lungo termine delle condotte, con possibili, significativi risvolti anche nella modalità di valutazione delle informazioni contenute nei messaggi persuasivi.

Obiettivi

La ricerca si è proposta di valutare:

1. il livello di coinvolgimento nel rischio stradale, l'atteggiamento nei confronti delle protezioni dal rischio di incidenti, la percezione di gravità di questo rischio per sé, per gli amici coetanei e per tutti, il livello di orientamento al rischio e l'orientamento temporale prevalente negli adolescenti;
2. la presenza di relazioni significative tra le caratteristiche individuali sopra considerate ed i comportamenti rischiosi sulla strada;
3. la presenza di una correlazione significativa tra le caratteristiche individuali sopra descritte nel primo obiettivo e le preferenze espresse dai ragazzi nei confronti dei messaggi persuasivi. I criteri adottati su cui esprimere le preferenze sono stati:
    - la valutazione dell'efficacia nel dissuadere gli adolescenti dal metter in atto comportamenti pericolosi sulla strada;
    - la valutazione di come i messaggi siano in grado di indurre riflessione, di essere efficaci sul piano educativo, di essere chiari a livello di contenuto trasmesso.

Metodo e procedure

Hanno partecipato alla ricerca 65 studenti di sesso maschile di un Istituto Professionale di Lugo (Ravenna), di età media 17.45 anni. La scelta dell'istituto è stata dettata dal fatto che esso è frequentato in maggioranza da adolescenti maschi (il rischio stradale è un comportamento più

frequente nei maschi rispetto alle femmine). La somministrazione è avvenuta nelle rispettive classi durante l'orario di lezione, alla sola presenza di un ricercatore, senza i docenti di riferimento. Ai ragazzi non è stato assegnato alcun tempo limite per la compilazione di scale e questionari, mentre i messaggi sono stati visti una sola volta ciascuno. Tutti i ragazzi hanno compilato gli strumenti loro sottoposti.
La ricerca si è articolata in tre fasi

Prima fase
Somministrazione, ad un campione di adolescenti prossimi alla patente di guida, di vari strumenti:

OBIETTIVO	**STRUMENTO**
Verificare gli atteggiamenti nei confronti delle protezioni dal rischio stradale	Questionario *ad hoc*, composto da 12 item relativi alle credenze sui comportamenti ritenuti più efficaci a prevenire gli incidenti stradali, con risposta su scala Likert a 5 punti (1= per nulla d'accordo; 5= completamente d'accordo) – *Appendice1*
Verificare la percezione di gravità del rischio stradale a livello autoriferito, prossimale e distale	4 domande (es.: "Quanto ritieni grave il pericolo degli incidenti stradali per i tuoi migliori amici?"), con risposta su scala Likert a 5 punti (1= per nulla; 5= moltissimo)
Verificare la presenza di comportamenti trasgressivi a livello stradale, la loro frequenza ed il livello di implicazione degli adolescenti	Versione italiana del questionario "Io e la mia salute" di Jessor (1992), nella versione italiana di Bonino (1995), composto, nella ricerca, da 10 item su scala Likert a 5 punti (1= mai; 5= sempre)
Verificare la prospettiva temporale	"Zimbardo Time Perspective Scale" (ZTPS, Keough, Zimbardo, Boyd, 1999). La misura utilizzata da Zimbardo muove dal presupposto teorico che il modo di rappresentare noi stessi, il nostro mondo e le relazioni sia "filtrato" attraverso processi cognitive orientate dall'organizzazione temporale del soggetto. Lo strumento, standardizzato dall'autore su un ampio campione di popolazione, contiene in origine tre dimensioni: passato, presente e futuro. Nella presente ricerca, le dimensioni del presente e del futuro (rispettivamente di 9 e 13 item es. "faccio le cose impulsivamente, prendendo le decisioni al momento") sono valutati su scala Likert a 5 punti (1= molto falso; 5= molto vero)
Verificare il livello di orientamento al rischio	12 item (es. "a volte trovo stimolante fare delle cose che inducono spavento") con risposta su scala Likert a 5 punti (1= non mi descrive affatto; 5= mi descrive molto bene)

Seconda fase
Somministrazione di due messaggi persuasivi video-registrati messi a disposizione dall'Osservatorio Regionale dell'Emilia Romagna per la Sicurezza Stradale.
I messaggi sono stati scelti in base alle seguenti caratteristiche:

1. presenza di scene vivide a forte impatto emotivo (vengono inquadrate le vittime decedute);
2. presenza di una trama narrativa complessa;

3. le conseguenze derivate dalla trasgressione al Codice di giovani con la patente di guida per l'auto appaiono chiare, dando così modo di valutare la gravità del problema prima di sperimentarlo concretamente sulle strade;
4. il secondo messaggio sposta l'attenzione sulle conseguenze dell'incidente sui familiari, rappresentando una novità rispetto a molti messaggi di pubblicità sociale centrati essenzialmente sul protagonista.

I messaggi sono stati somministrati alle classi secondo un ordine definito.
Il primo messaggio visionato mostra due coppie di giovani (ragazzo e ragazza) che, ritornando a casa nella notte, a causa di una distrazione del conducente, sono coinvolti in un incidente mortale dovuto all'impatto frontale con un camion. L'auto, poco dopo essere finita al di là del fossato, prende fuoco, non lasciando scampo ai quattro giovani.
Il secondo presenta una famiglia nel fine settimana, quando il figlio ed un amico sono intenti a caricare i bagagli nell'auto del padre. Nonostante le esortazioni del padre alla prudenza, i due giovani rimangono coinvolti in un incidente mortale dovuto all'uscita di strada della loro auto per velocità eccessiva e all'impatto con un grosso albero. I familiari apprendono dell'incidente mortale dal notiziario, mentre il video enfatizza l'immagine del dolore espresso dai membri della famiglia.

Terza fase
Somministrazione di un secondo questionario teso a valutare i messaggi dal punto di vista del contenuto (chiarezza, impatto emotivo, capacità persuasiva, valore informativo, capacità educativa, realismo), della loro capacità di riguardare direttamente il target di riferimento e dell'efficacia dissuasiva sugli adolescenti a livello autoriferito e generale.
Per la prima fase è stata utilizzata una scala a differenziale semantico adattato da Pierro e Di Spirito (1992) su 7 punti, mentre la seconda parte è stata indagata attraverso 4 domande (es. In che misura pensi che il messaggio appena visto ti possa riguardare personalmente?" con risposta su scala Likert a 5 punti (1= per niente; 5= moltissimo).

Risultati

1. Medie e deviazioni standard dei fattori

COMPORTAMENTI A RISCHIO

I comportamenti a rischio più frequenti risultano essere il superamento del limite di velocità di almeno 30 km/h, la guida senza mantenere la distanza di sicurezza e la guida dopo aver bevuto uno o due bicchieri di vino o lattine di birra

PERCEZIONE DI GRAVITA' DEL RISCHIO STRADALE

In generale il rischio stradale viene percepito grave soprattutto per adolescenti e giovani, poi per se stessi e infine per i migliori amici.

ATTEGGIAMENTI NEI CONFRONTI DELLE PROTEZIONI PER PREVENITRE GLI INCIDENTI

I ragazzi si dichiarano concordi nel definire la velocità una delle cause principali degli incidenti, l'assunzione di droghe come in grado di compromettere la capacità di guida e l'uso della cintura di sicurezza utile per ridurre i danni da incidente

VALUTAZIONE DI EFFICACIA DISSUASIVA DEL PRIMO MESSAGGIO

Viene valutata più elevata la capacità del messaggio di produrre identificazione con gli adolescenti ed i giovani in generale rispetto a se stessi. Meno elevata la sua capacità di dissuadere il soggetto stesso, e gli adolescenti in generale, dal mettere in atto una guida pericolosa.

VALUTAZIONE DI EFFICACIA DISSUASIVA DEL SECONDO MESSAGGIO

Viene valutata elevata la capacità del messaggio di provocare un'identificazione dei protagonisti del video con il target di riferimento, gli adolescenti e i giovani. Abbastanza elevata appare la capacità del video di dissuadere dalla guida pericolosa il soggetto e gli adolescenti in generale.

2. Analisi delle correlazioni tra i fattori

Sono emerse correlazioni significative tra diversi fattori:

- più favorevole è l'atteggiamento nei confronti dei comportamenti volti a prevenire gli incidenti (es. cinture di sicurezza, riduzione della velocità…) e minore appare l'implicazione nei comportamenti trasgressivi;
- in generale l'orientamento al rischio è correlato positivamente all'adozione dei comportamenti trasgressivi sulla strada;
- i ragazzi "centrati" principalmente sulla dimensione del presente risultano maggiormente implicati nella trasgressione ai codici Stradale e Penale;

Per quanto riguarda il rapporto tra comportamenti a rischio, atteggiamenti, orientamento al rischio, prospettiva temporale, percezione di gravità del rischio stradale e la valutazione dei messaggi,si sono evidenziate differenze sostanziali tra i due messaggi proposti ai ragazzi.

Per il primo messaggio visionato:

- più positiva appare la valutazione complessiva del messaggio, maggiore è la sua valutazione come efficace nel dissuadere dal rischio stradale.

Per il secondo messaggio:

- maggiore è l'implicazione degli adolescenti, meno positiva è la loro valutazione del messaggio (come preventivo, responsabilizzante, educativo, adeguato…);
- coloro che possiedono una prospettiva temporale orientata sul futuro valutano più positivamente il messaggio;
- maggiore è la percezione del rischio stradale come problema grave, più positiva appare la valutazione del messaggio;
- maggiore è la valutazione del messaggio come dissuasivo, più positiva è la valutazione del messaggio stesso come educativo, efficace, persuasivo, in grado di indurre riflessione).

Conclusioni

I risultati evidenziano come gli adolescenti siano ben informati sulle principali cause degli incidenti, ma come ciò non contribuisca alla diminuzione dei comportamenti individuati come più pericolosi (quali il superamento del limite di velocità e il mancato rispetto delle distanze di sicurezza), nonostante la consapevolezza di essere, come adolescenti, particolarmente esposti a questi tipi di rischio.

Numerose sono le caratteristiche individuali considerate dalla ricerca che risultano influenzare la valutazione dei messaggi video:

1. il comportamento passato rappresenta un fattore importante nella valutazione della pubblicità persuasiva sul rischio stradale, indipendentemente dalla possibile mediazione operata dagli atteggiamenti. Questi ultimi, infatti, nella nostra ricerca, pur se associati ai comportamenti trasgressivi, non presentano alcuna relazione significativa con i messaggi visti dai ragazzi;
2. la valutazione di questo comportamento a rischio come grave sia per se stessi che per gli altri influenza il livello di efficacia persuasiva percepita dagli spot da parte degli adolescenti, dato che sottolinea l'importanza di individuare strategie efficaci per aumentare la consapevolezza negli adolescenti della serietà del problema e della reale possibilità di essere coinvolti in questa esperienza dalle conseguenze gravi per la salute, se non mortali;
3. la prospettiva temporale appare una caratteristica individuale non solo associata al coinvolgimento nella trasgressione al Codice Stradale e nella propensione generale al rischio, ma sembra rivelarsi determinante anche nella valutazione dei messaggi videoregistrati: il messaggio che evidenzia il dolore dei familiari quando apprendono della morte dei due ragazzi, è stato valutato più dissuasivo, educativo ed in grado di promuovere una riflessione da coloro che sono maggiormente "centrati" sul futuro, forse per un'immedesimazione con ruoli genitoriali ancora lontani ma desiderati come realizzazione personale futura;
4. un ultimo aspetto rimanda alle spiegazioni possibili sulla preferenza, espressa dai ragazzi, sul secondo messaggio, nel quale è minore la "somiglianza" tra protagonisti e destinatari del messaggio. Diverse altre ricerche hanno già rilevato come la similarità tra protagonista

e destinatario del messaggio non sempre si riveli un fattore che aumenta l'efficacia persuasiva.

Appendice 1

Questionario sugli atteggiamenti verso le protezioni dal rischio stradale

1. La velocità eccessiva è una delle cause principali degli incidenti gravi e mortali.
2. La cintura di sicurezza è scomoda da indossare*.
3. Assumere droghe compromette seriamente la capacità di guida di un veicolo.
4. In qualunque circostanza, il rispetto del Codice Stradale è fondamentale per evitare incidenti.
5. L'assunzione di droghe in basse quantità migliora l'attenzione alla guida dell'auto*.
6. La cintura di sicurezza è utile per ridurre i danni in caso di incidente.
7. La velocità eccessiva non è pericolosa se si sa guidare bene l'automobile.
8. L'assunzione di alcol provoca effetti pericolosi alla guida solo se avviene in quantità elevata*.
9. Mantenere sempre la distanza di sicurezza serve ad evitare incidenti particolarmente gravi.
10. Il conducente del veicolo è opportuno valuti personalmente quando attenersi al Codice Stradale*.
11. Le automobili hanno impianti di protezione così efficaci da rendere poco pericoloso non mantenere le distanze di sicurezza.

* punteggio invertito

Appendice 2

Questionario sulla prospettiva temporale

PRESENTE

1. Faccio le cose impulsivamente prendendo le decisioni al momento
2. Credo che riunirsi in compagnia con gli amici sia uno dei piaceri più importanti della vita.
3. Se le cose non vengono fatte in tempo, non mi preoccupo di ciò.
4. Cerco di vivere giorno per giorno.
5. Quando ho dei soldi in più mi diverto a giocare o a scommettere.
6. E' più importante che mi piaccia quello che sto facendo piuttosto che finire il lavoro in tempo.
7. Non faccio le cose che saranno utili per me se non mi piacciono ora.
8. Alle feste mi ubriaco.
9. Corro dei rischi per rendere la mia vita eccitante.

FUTURO

1. Credo che la giornata di una persona debba essere pianificata ogni mattina.
2. Mi piace pensare al futuro.
3. Quando voglio ottenere qualcosa, stabilisco gli scopi e valuto i mezzi specifici per raggiungerla.
4. Rispettare le scadenze di domani e concludere tutto il lavoro viene prima del divertimento di stasera.
5. Il futuro mi sembra bello e ben tracciato.
6. E' inutile fare progetti a lunga scadenza perché le cose difficilmente vanno nel modo programmato*.
7. Mi da molto fastidio essere in ritardo agli appuntamenti.
8. Quando qualcuno mi provoca tendo a perdere il controllo.
9. MI irritano le persone che arrivano tardi agli appuntamenti.
10. Continuo ad applicarmi in compiti difficili e poco interessanti se questi mi aiutano a fare progressi.
11. Faccio delle liste di cose da fare.
12. Porto a termine i progetti in tempo facendo costanti progressi.
13. Sono capace di resistere alle tentazioni quando so che c'è del lavoro da fare.

* punteggio invertito

Riferimenti bibliografici

Bonino S., Cattelino E., Ciairano S. (2003), *Adolescenti e rischio:comportamenti, funzioni e fattori di protezione*, Giunti, Firenze.

Bonino S. (1999), *Adolescenti e salute: dalla ricerca all'intervento., I comportamenti rischiosi e la guida pericolosa*, Regione Piemonte, Assessorato alla Sanità.

Caspi A., Dott D. N., Harrington H., Langley J., Moffit T.E., Silva P.A. (1997), Personality traits predict health risk-behaviors: evidence from a longitudinal study*, Journal of Personality and Social Psychology,* 73: 1052-1063.

Cattelino E. (1999), Adolescenti tra rischio e benessere: prospettive temporali ed implicazione nel rischio, *l' Ecole Valdotaine*, 44: 12-15.

Cicognani E., Zani B. (2002), Determinanti psicosociali dei comportamenti stradali "a rischio", *Psicologia della salute*, 3:5-17.

Donohew L., Lorch E.P., Palmgreen P. (1991), Sensation seeking and targeting of televised antidrug PSAs. In L. Donohew, H.E. Sypher, W. Bukoski (eds.), *Persuasive communication and drug abuse prevention*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.

Hall P.A., Fong G.T. (2003), The effects of a brief time perspective intervention for increasing physical activity among young adults, *Psychology and Health*, 18: 685-706.

Higgins T.E., Kuiper N.A., Olson J.M. (1981), Social cognition: a need to get personal. In T.E. Higgins, C.P. Herman, M.P. Zanna (a cura di), Social Cognition. The Ontario Symposium, vol. I, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.

Jessor R., Van Den Bos J., Vanderryn J., Costa F.M., Turbin M.S. (1995), Protective factors in adolescent problem behaviour: moderator effects and developmental change, Developmental Psychology, 31: 923-933.

Keoug K., Zimbardo Ph., Boyd J.N. (1999), Who is smoking, drinking and using drugs? Time perspective as a predictor of substance use, Basic and Apllied Social Psychology, 21 (2): 149-164.

Leavitt C., Kaigler-Evans K. (1975), Mere similarity versus information processing: an exploration of source and message interaction, *Communication Research*, 2: 300-306.

Mannetti L., Pierro A. (1995), Effetti della similarità del testimonial e delle caratteristiche del ricevente sull'efficacia persuasiva dei messaggi antidroga, *Giornale Italiano di Psicologia*, 5: 777-804.

Mucchi Faina A. (1996), *L'influenza sociale*, il Mulino, Bologna.

Nelson E.C., Cloninger C.R. (1995), The tridimensional personality questionnaire as a predictor of response to nefazodone treatment of depression, Journal of Affective Disorders, 35: 31-57.

Norman P. (1993), The theory of planned behaviours and exercise: an investigation into the role of prior behaviour, behavioural intentions and attitude variability, Paper presented at X General Meeting of European Association of Experimental Social Psychology, Lisboa.

Palmgreeen P., Stephenson M.T., Erevett M.W., Baseheart J.R., Francies R. (2002), Perceived message sensation seeking value (PMSV) and the dimension and validation of a PMSV Scale, Health Communication, 14 (4): 403-428.

Robbins R.N., Bryn A. (2004), Relationship between future orientation, impulsive sensation seeking, and risk behaviour among adjudicated adolescent, *Journal of Adolescence Research*, 19:428-445.

Stephenson M.T., Morgan S., Lorch E.P., Palmgreen Ph., Donohew L., Hoyle R. (2001), Predictors of exposure from an antimarjuana media campaign: outcome research assessing sensation seeking targeting, *Health Communication*, 14 (1): 23-43.

Vavrik J. (1997), Personality and risk-taking: a brief report on adolescent male drivers, Journal of Adolescence, 20: 461-465.

Zuckermann M. (1994), *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*, Cambridge University Press, New York.