

*Sintesi liberamente tratta da:*

C.M. Moriarty, J.E. Stryker, M. Wakefield, S. Holding, "Prevention and screening efficacy messages in newspaper accounts of cancer", *Health Education Research Advanced Access*, published 7 February 2007; doi:10.1093/her/cyl163.

I report giornalistici sono per il pubblico generico una fonte primaria di informazioni sulla prevenzione e sull'individuazione del cancro, per molti la sola fonte, ma poco si sa a proposito del contenuto dei messaggi diffusi relativi al tema del cancro. L'informazione dei media può anche modificare i comportamenti: modifiche nell'andamento dell'adesione a programmi di screening sono state rilevate a seguito della copertura mediatica di eventi quali la diagnosi di un cancro ad una celebrità o una crociata di una persona nota contro il cancro.

Questo studio indaga sui contesti e sulla frequenza con cui sono trattati nell'informazione sul cancro i temi della prevenzione e dello screening, su come efficaci messaggi di screening e prevenzione sul cancro sono presentati nelle notizie diffuse dai media, messaggi efficaci nel senso che trasmettono informazioni su come acquisire una competenza di salute o modificare un comportamento. Il quesito a cui si vuole rispondere è se particolari format o caratteristiche della narrazione contengono con maggiore probabilità messaggi efficaci semplicemente perché danno informazioni su prevenzione e screening o se non c'è interdipendenza tra le peculiarità della storia e i contenuti in termini di messaggi efficaci.

Il campione oggetto di analisi è stato di 2448 storie, selezionate dai 44 maggiori quotidiani degli Stati Uniti nel 2003. Sono state prese in considerazione quali due distinte variabili: le competenze, nel senso di specifiche informazioni o strategie relative al mettere in atto un comportamento salutare o di una risorsa per perseguire un comportamento salutare ed evitare uno non salutare, e la messa in atto un comportamento di prevenzione.

Si è inoltre operata, sulla base della classificazione dell'American Cancer Society's, una distinzione tra forme cancerogene prevenibili e forme cancerogene maggiormente individuabili.

Dall'indagine emerge che:

- il 19% delle storie conteneva informazioni legate alla prevenzione. In esse il focus era più spesso sulla dieta (30%) e sul fumo (25%), meno su sole (14,8%) e attività fisica (12,2%), ancor meno su alcol (5,3%) e sessualità (3,2%).
- il 24% delle storie proponeva contenuti sullo screening. In questo caso, l'attenzione era rivolta alla dieta (16,31%), al sole (10,94%), meno al fumo (3,65%), all'attività fisica (3,43%), alla sessualità (0,86%), all'alcol (0,43%). Le storie relative alla mammografia ricevono più attenzione e convogliano messaggi più efficaci

L'ipotesi di partenza che le storie relative alla consapevolezza di un cancro fornissero maggiori informazioni su screening e prevenzione non è stata confermata, mentre lo è stata l'idea che storie contenenti indirizzo, numero di telefono, email... cioè indicazione per andare avanti con l'approfondimento ("mobilizing information"), avessero maggiormente informazioni su prevenzione (31%) e screening (54%). In effetti la copertura mediatica delle informazioni sul cancro si riferisce a cause o rischi di fenomeni cancerogeni senza fornire competenze per intervenire. Laddove vi è una prospettiva locale nelle storie, l'attenzione si focalizza sul contesto e sulla prossimità, lasciando meno in relazione a prevenzione e screening. Le ricerche dimostrano che i cambiamenti radicali nel comportamento avvengono quando il pubblico si sente esposto in prima persona. Se una persona sente una minaccia ma non sa come intervenire, spesso reagisce con l'indifferenza o negando il rischio.

L'analisi dei dati suggerisce che i giornalisti operano seguendo certi paradigmi nel trattare notizie sulla prevenzione del cancro e lo screening. Riconoscere queste norme permette di reindirizzare gli sforzi dei professionisti della salute verso un cambiamento.

Scoprire cosa apprende il pubblico e come apprende da messaggi efficaci può essere uno strumento di valutazione per determinare come contestualizzare la "self-efficacy" così da massimizzare gli effetti in termini di salute pubblica.