
Comunicazione: Cherubini (Reuters Institute for the Study of Journalism), “concentrarsi su un giornalismo di servizio che spieghi e presenti soluzioni”

“Cresce il sentimento di allontanamento dall'informazione e la selezione delle notizie da evitare, perché la difficoltà di alcuni temi e le modalità attraverso le quali sono trattati porta alcune persone ad allontanarsi dall'informazione”. Lo ha detto Federica Cherubini, head of leadership development at the Reuters Institute for the Study of Journalism di Oxford, intervenendo al convegno “Utente e Password. Connessioni e profezia” organizzato dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della Cei. Presentando i nuovi scenari mediali attraverso l'ultima edizione del [Digital News Report](#), Cherubini ha ricordato che “i giovani sono più portati a dire che l'informazione ha un impatto negativo sul loro umore e li fa sentire impotenti”. Dall'analisi dettagliata dei dati contenuti nella ricerca, Cherubini ha invitato ad “ampliare i temi coperti dall'informazione” perché “riscontriamo un desiderio di allontanarsi da pochi grandi temi, ripetitivi che sono sempre al centro dell'informazione, per concentrarsi su un agenda più varia”. Diminuisce, in questo contesto, la fiducia nell'informazione tornando “parzialmente indietro rispetto ai progressi fatti l'anno scorso come conseguenza della pandemia”. Inoltre, ha spiegato Cherubini, i siti di informazione e le app perdono rilevanza rispetto al social media: “I giovani preferiscono usare social media o motori di ricerca come fonte di accesso all'informazione” al punto che “il legame diretto fra media tradizionale e pubblico si indebolisce”. Tuttavia, ha concluso Cherubini, ci sono anche “segnali di speranza”: “Anche i media tradizionali cominciano a concentrarsi su un giornalismo di servizio, che spiega, contestualizza e presenta soluzioni”.

Riccardo Benotti