

Tweet statt Interview – Nachrichten im Zeitalter eines twitternden Präsidenten



Thesen von Mirja Fiedler

Redakteurin bei der Deutschen Welle, Stipendiatin der Sir-Greene-Stiftung

1. Öffentlich-rechtliche Sender können über Social Media weitere Zielgruppen erreichen.
2. Social Media sind für Journalistinnen und Journalisten wichtige Quellen für ihre Recherchen, die sie aber besonders prüfen müssen.
3. Rundfunkanstalten verbreiten ihre Inhalte über Social Media, bekommen darüber Impulse für ihre Berichterstattung und können mit Nutzerinnen und Nutzern diskutieren.
4. Wenn journalistische Formate entwickelt werden, sollten sie Social-Media-Elemente beinhalten.
5. Öffentlich-rechtliche Sender sollten sich nicht von kommerziellen Social-Media-Anbietern abhängig machen, sondern ihre eigenen Plattformen stärken.