Mehr als 400 Nachrichtenagenturen arbeiten zusammen, um die Klimaabdeckung inmitten einer Pandemie zu verbessern

Hunderte von Medienagenturen, darunter Reuters, arbeiten zusammen, um eine Woche lang wieder vermehrt über den Klimawandel zu berichten – und das während einer Pandemie, bei der weltweit mehr als 140.000 Menschen gestorben sind.

Die Gründer von Covering Climate Now fordern über ihr Netzwerk mehr als 400 Medienagenturen auf, während der Woche des Earth Day, die Nachrichten mit Geschichten über den Klimawandel zu forcieren. Reuters, Bloomberg News und The Daily Beast gehören zu den größeren Agenturen, die als Partner des Projekts aufgeführt sind.

Covering Climate Now, gegründet 2019, kündigte dieses Projekt am 5. Februar an, gerade bevor die regionalen und staatlichen Regierungen mit den Bemühungen zur Eindämmung der Ausbreitung der Pandemie begannen. Eine der Gründungsgruppe des Projekts , die Columbia Journalism Review, vertritt professionelle Journalisten und konzentriert sich hauptsächlich ***auf die Ethik des Journalismus.***

Die Partner von Covering Climate Now veröffentlichten im September 2019 vor dem UN-Klimaschutzgipfel vom 15. bis 23. September eine Flut klimabezogener Nachrichten. Sie fordert ihre Medienpartner auf, ihre Bemühungen zu erneuern und von der Diskussion über den Klimawandel zu möglichen Lösungen überzugehen.

Der jüngste Versuch war für den 19-26 April geplant und sollte „einen Preis für Kohlenstoff“ und „Subventionen für fossile Brennstoffe stoppen“ sowie „politische Maßnahmen“ fordern.

Unter Covering Climate Now finden Sie die Langfassung obiger Vorschläge, darunter auch:

> Wir hoffen, dass die Partner **jetzt mit dem Brainstorming von Geschichten beginnen**, die sie möglicherweise in dieser Woche veröffentlichen – und erwägen, diese Geschichten anderen CCNow-Partnern kostenlos zur erneuten Veröffentlichung oder Ausstrahlung zur Verfügung zu stellen.

[Nachrichtenagenturen und „Brainstorming“ von Geschichten? – der Übersetzer]

Der Mitbegründer des Projekts, Mark Hertsgaard, sagte, dass die Nachrichtenagenturen dem Klimawandel genauso viel Zeit widmen sollten wie COVID-19. Die Krankheit, die durch das neuartige Coronavirus verursacht wird, hat ihren Ursprung in China, bevor sie an den Ufern der Vereinigten Staaten landete, wo mehr als 25.000 Menschen gestorben sind.

> *„Geschichten zu anderen Themen sind so gut wie verschwunden, und einige Nachrichtenredaktionen haben die Produktion von Nicht-Coronavirus-Geschichten insgesamt eingestellt„*, schrieb Hertsgaard in einem Blogbeitrag vom 25. März, in dem er bemängelte, dass die Nachrichtenagenturen den Klimawandel im Gegensatz der Behandlung einer Pandemie vernachlässigten.
>
> **(Zum Thema: Inside The Media Conspiracy To Hype Greta Thunberg)** Medienverschwörung zum Hype um Greta Thunberg]
>
> *„Obwohl dies angesichts des Ausmaßes der COVID-19-Bedrohung verständlich ist„*, bemerkt Hertsgaard, *„ist es bizarr, dass der Klimakrise nie eine vergleichbare Bedeutung beigemessen wurde, obwohl auch sie das Leben von unzähligen Menschen auf der ganzen Welt auf den Kopf stellen, verarmen und sogar beenden kann.“*

Weiterhin finden Sie unter Covering Climate Now :

> Der Kontrast zwischen der Berichterstattung der Medien über das Coronavirus und der Klimakrise beleuchtet eine weitere Kernwahrheit der Medien.Gemeinsam üben die Medien **die vielleicht größte Macht aus, die es in der Politik gibt: die Macht, die Realität zu definieren** und zu sagen, was zu einem bestimmten Zeitpunkt wichtig ist – und was nicht.
>
> [Hervorgehoben durch den Übersetzer]

Hertsgaard hat auf die wiederholten Anfragen der Daily Caller News Foundation zum Projekt Covering Climate Now nicht geantwortet. Er erzählte CJR-Herausgeber und Verleger Kyle Pope im September 2019, dass das Projekt in den Köpfen vieler Journalisten „ein Aroma“ von „Aktivismus“ habe.

Hertsgaard sagte, dass er versucht, diese Wahrnehmung zu ändern. Im vergangenen September waren rund 200 Agenturen an der Partnerschaft beteiligt, als Covering Climate Now Reporter um umfassende Berichte mit Klimageschichten bat. Das Projekt hat sich seitdem ungefähr verdoppelt.

> *„Durch die Partnerschaft mit Covering Climate Now können die Mitglieder kostenlos auf neue und bestehende klimabezogene Nachrichten von Reuters zugreifen und damit das Thema für ihr Publikum zugänglicher machen, falls sie dies wünschen„*, sagte Reuters-Sprecherin Deepal Patadia gegenüber dem Daily Caller.

Patadia ging nicht darauf ein, inwieweit Reuters seinen Fokus von der Pandemie abwenden wollte. Reuters trat dem Projekt im Dezember 2019 bei, knapp drei Monate nachdem die erste Klimaabdeckung von Covering Climate Now

im September 2019 begonnen hatte.

Bloomberg News, The Daily Beast und CJR haben nicht auf Anfragen nach Kommentaren geantwortet. Weder Bloomberg noch The Daily Beast haben bestätigt, ob sie an den bevorstehenden Bemühungen teilnehmen werden.

Die Washington Post, die New York Times und das Wall Street Journal haben auf die Bitte des DCNF um einen Kommentar, warum sie nicht an Covering Climate Now teilnehmen, nicht geantwortet

BuzzFeed beteiligte sich im September an den Bemühungen des Projekts, entschied sich jedoch dafür, nicht an der Klimabedeckungsinitiative der nächsten Woche teilzunehmen, sagte Sprecher Matt Mittenthal gegenüber dem DCNF, ohne weitere Erklärung. BuzzFeed ist weiterhin unter den Partnern von Covering Climate Now aufgeführt.

Energieanalysten und andere Kritiker glauben, dass Hertsgaard, Covering Climate Now und andere, die an dem Projekt beteiligt sind, von der Realität weit entfernt sind.

> *„Es ist eine Ignorierung von dem, was in der realen Welt passiert. Die Menschen tun ihr Bestes, um die Anzahl der Neuinfizierten zu reduzieren und sie ringen ihre Hände über den Klimawandel* “, sagte Tom Pyle, Präsident der American Energy Alliance, gegenüber dem DCNF. *„Man kann diese Leute nicht zufriedenstellen, es ist eine Besessenheit. „*
>
> *„Sie wollen den Klimawandel „am Kochen“ halten, während Menschen versuchen, am Leben zu bleiben und ihre Arbeit zu behalten oder eine neue zu finden, um ihre Familien zu versorgen.*

Journalisten sollten ihre Aufmerksamkeit eher auf das reale Virus als auf eine vage Prophezeiung einer Klimakrise richten müssen.“

Die Bemühungen zur Eindämmung des Coronavirus haben die Wirtschaft so gut wie zertrümmert. Mehr als 20 Millionen Menschen [in den USA] haben Arbeitslosigkeit beantragt, seit Beamte damit begonnen haben, den Bürgern Anweisungen für häusliche Quarantäne zu erteilen. Die Medien konzentrieren den Großteil ihrer Ressourcen darauf, die Drehungen und Wendungen zu beschreiben, während sich der Virus weiter ausbreitet.

Journalismus im Advokat-Stil ist das Neue, gemäß David Blackmon, einem unabhängigen Berater und Analysten mit fast 40 Jahren Erfahrung in der Energiewirtschaft.

> *„Ich glaube nicht, dass irgendjemand etwas dagegen haben würde, wenn sie offen über ihre Agenda sprechen würden. Es werden keine Anstalten unternommen, um Agenda-gesteuerte Teile korrekt zu identifizieren.*

„Sie geben sachliche Informationen, die normalerweise jedoch nur die halbe Wahrheit erzählen. Es ist zur Norm geworden “, fügte er hinzu.

(RELATED: UN’s New Report Shows There’s ‘Little Basis’ For A Favorite Claim Of Climate Activists) (Der neue Bericht der Vereinten Nationen zeigt, dass es

für eine Lieblingsbehauptung von Klimaaktivisten „wenig Grundlage“ gibt)

Blackmon, ein Forbes-Mitarbeiter, stellte fest, dass ein Großteil der Berichterstattung einseitig ist und sich ausschließlich auf eine Erzählung konzentriert:

> *„Der Klimawandel muss um jeden Preis gestoppt werden. Eine solche Berichterstattung deckt selten die wirtschaftlichen Folgen der bevorzugten Politik von Klimaaktivisten ab“.*

Von der Daily Caller News Foundation erstellte Inhalte stehen allen geeigneten Nachrichtenverbreitern, die ein großes Publikum erreichen können, kostenlos zur Verfügung.
For licensing opportunities of our original content, please contact licensing@dailycallernewsfoundation.org.

https://dailycaller.com/2020/04/16/coronavirus-climate-news-coverage-columbia-journalism-review/

Übersetzt durch Andreas Demmig