

Das Modell *The Conversation*: ,Academic Rigour, Journalistic Flair‘

Prof. Axel Bruns¹
Digital Media Research Centre
Queensland University of Technology
Brisbane, Australien
a.bruns@qut.edu.au – @snurb_dot_info – <http://snurb.info/>

Als Konsequenz der besonders im englischsprachigen Raum deutlich spürbaren sogenannten Journalismuskrise ergeben sich nicht nur signifikante Stellenkürzungen, sondern es entstehen auch einige neuartige und innovative Plattformen. Eine der interessantesten hiervon ist das besonders im Bereich des Wissenschaftsjournalismus und der Wissenschaftskommunikation arbeitende Projekt *The Conversation*. Diese Plattform wurde im Jahre 2011 von Andrew Jaspán, einem ehemaligen Chefredakteur der Zeitung *The Age* im australischen Melbourne ins Leben gerufen, und operierte zunächst ausschließlich in Australien, bevor sie in den Folgejahren auch Ableger in Großbritannien, Frankreich, den USA, und im südlichen Afrika etablierte.

Der Ursprung dieses Modells in Australien ist dabei kein Zufall: die australische Medienlandschaft wird von einer kleinen Zahl einflussreicher Medienhäuser dominiert, unter denen besonders Rupert Murdochs erzkonservative News Corporation eine marktbeherrschende Rolle einnimmt und so auch erheblichen Einfluss auf die Politik ausübt. Besonders bei Themen, zu denen wissenschaftliche Forschung wichtige Impulse beitragen könnte (Klimawandel, Energie-, Sozial-, und Wirtschaftspolitik), bleiben kritische wissenschaftliche Stimmen daher oft von der öffentlichen Debatte ausgeschlossen oder werden nur stark ideologisch verfremdet zitiert. Als von Dritten unabhängige öffentliche Plattform für wissenschaftlich fundierte Beiträge sucht *The Conversation* in Australien diese durch Marktversagen geschaffene Lücke zu füllen; ihre britischen, amerikanischen, und südafrikanischen Ableger sprechen ähnliche Tendenzen in jenen Märkten an.

The Conversation arbeitet als gemeinnütziges Unternehmen, das von Spendengeldern, Stiftungen, aber insbesondere auch durch Universitäten und Forschungsinstitutionen finanziert wird.² Die Zusammensetzung der Unterstützergruppe ist dabei für jeden Landesableger dem nationalen Umfeld entsprechend unterschiedlich, allgemein aber von akademischen Partnern dominiert; in Australien etwa steuern 38 von 39 Universitäten Gelder bei. Die Webseite von *The Conversation* blieb daher bislang werbefrei. Aufgrund der gemeinnützigen Ausrichtung ist es zudem auch möglich, alle Inhalte unter Creative-Commons-Lizenzen zu veröffentlichen und sie so auch für die Weiterverbreitung und Zweitveröffentlichung auf anderen Nachrichtenplattformen bereitzustellen – wovon Anbieter von den australischen öffentlich-rechtlichen Medien ABC und SBS bis hin zur indischen Tageszeitung *The Hindu*, aber auch kleinere fachspezifische Publikationen teilweise regen Gebrauch machen. Auch CNN, *The Guardian*, oder die *Huffington Post* haben bereits *Conversation*-Inhalte weiterveröffentlicht. Die Medienhäuser müssen sich dabei an die Weiterveröffentlichungsregeln von *The Conversation* halten und die Artikel praktisch 1:1 übernehmen.³ Die Nachrichtenagentur Associated Press ist mit

¹ Disclaimer: Im Zeitraum von 2017-19 leitet der Autor ein Forschungsprojekt zur Auswirkung von Onlinepublikationsplattformen auf die Wissenschaftskommunikation, das von *The Conversation* als Forschungspartner unterstützt wird.

² Die Liste der Unterstützer ist für jeden Ableger auf der jeweiligen Webseite einsehbar (für Australien z.B. hier: <https://theconversation.com/au/partners>).

³ In den Regeln (<https://theconversation.com/au/republishing-guidelines>) heißt es u.a.: “Unless you have express permission from the author, you can’t edit our material, except to reflect relative changes in time, location and editorial style. If you need to materially edit our content please contact us.” So wurde etwa ein Beitrag von *The Conversation* (<https://theconversation.com/friday-essay-the-australian-mosque-65101>), im

The Conversation US sogar eine formelle Partnerschaft eingegangen, über die täglich eine Auswahl von Artikeln durch ihr Netzwerk weiterveröffentlicht wird. Die australische Stammredaktion der *Conversation* umfasst an die 30 MitarbeiterInnen, wogegen andere Länderredaktionen bislang noch von kleineren Teams geführt werden.

Besonders bemerkenswert an *The Conversation* ist ihr innovatives redaktionelles Modell, das als Journalismusdienstleistung oder ‚journalism-as-a-service‘ bezeichnet werden kann. In ihrer Grundform werden alle Inhalte der *Conversation* von AkademikerInnen (bis Ende 2016 etwa 43.000 ForscherInnen, von PhD-StudentInnen bis zu emeritierten ProfessorInnen) an teilnehmenden Universitäten und ähnlichen Forschungseinrichtungen erstellt. Diese Vorlagen werden dann durch das Redaktionspersonal in Absprache mit den akademischen AutorInnen mit Hinblick auf die Zugänglichkeit für ein Allgemeinpublikum überarbeitet; die RedakteurInnen greifen dabei auf ihre Berufserfahrung als praktizierende JournalistInnen zurück, lassen den faktischen Inhalt des Artikels jedoch unberührt. (Im Falle möglicherweise kontroverser Beiträge lädt die Redaktion dabei manchmal noch weitere AutorInnen ein, neue Forschungsergebnisse in zusätzlichen Artikeln kritisch zu beleuchten und so divergierende Meinungen besser darzustellen.) Die endgültige Zustimmung zur Publikation des jeweiligen Artikels liegt dabei allerdings bei den ForscherInnen als eigentlichen AutorInnen – das *Conversation*-Modell invertiert somit das sonst übliche Verhältnis zwischen ForscherIn und WissenschaftsjournalistIn, in dem ForscherInnen als Informationsquellen statt als AutorInnen dienen, und generell wenig Kontrolle über die resultierende Berichterstattung haben.⁴

Artikelvorschläge werden über die Webseite der *Conversation* ebenfalls meist von den AkademikerInnen selbst eingereicht, wobei bei der Auswahl durch die Redaktion in erster Linie die Qualität der Ideen und nicht die Relevanz zum aktuellen Tagesgeschehen ausschlaggebend ist. Präsentiert werden diese Inhalte auf der Webseite der *Conversation* jedoch unter den von konventionellen Nachrichtenseiten bekannten Rubriken von Politik bis Kultur. Zusätzlich gehen die *Conversation*-RedakteurInnen mitunter auch proaktiv auf AkademikerInnen zu, deren Forschungsarbeiten in aktuellen Kontexten relevant sein könnten. *The Conversation* bietet daher von Zeit zu Zeit auch Themenschwerpunkte etwa zu Wahlen, anderen Großereignissen, oder kontroversen Themen an. Besonders in Australien werden AkademikerInnen auch dazu herangezogen, die Aussagen von PolitikerInnen auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen („fact checking“). Nach der unter politischem Druck erfolgten Einstellung ähnlicher Aktivitäten durch die öffentlich-rechtliche ABC operiert *The Conversation* damit den letzten dezidierten ‚Fact Check Unit‘ in den australischen Medien. (In Großbritannien bietet *The Conversation* einen ähnlichen Service unter dem Namen ‚Hard Evidence‘.) Im Hinblick auf wachsende internationale Besorgnis über die Rolle von absichtlich durch politische Akteure gestreuten ‚fake news‘ haben diese Aktivitäten sicherlich eine große Bedeutung; ob sie jedoch auch die für ‚fake news‘ besonders empfänglichen Publikumsgruppen erreichen, muss noch untersucht werden.

Durch diese Aktivitäten hat *The Conversation* ein beträchtliches Publikum erreicht. International zieht die Webseite selbst nach eigenen Angaben etwa 3,3 Millionen BesucherInnen pro Monat an, und 35 Millionen weitere LeserInnen werden durch Republikationen erreicht⁵; von diesen LeserInnen gehören über vier Fünftel

Guardian übernommen als: www.theguardian.com/world/2016/sep/23/tin-sheds-temples-past-present-potential-australian-mosques

⁴ Anmerkung der Herausgeber: Aus Journalismustheoretischer Sicht handelt es sich somit allerdings gleichzeitig auch nicht um eine – wie sonst meist der Funktion des Journalismus zugeschriebene – Fremdbeobachtung des Systems Wissenschaft, sondern letztlich um eine Selbstbeobachtung stark im Wissenschaftssystem verorteter Vorgänge durch Akteure des Wissenschaftssystem als Autoren, worauf hier allerdings nicht weiter eingegangen werden kann.

⁵ Dieses erweiterte Publikum wird durch einen industrieüblichen Pixel Counter erfaßt. Die Republishing Guidelines der *Conversation* verlangen die Einbeziehung einer unsichtbaren Grafik, deren Abrufe zur Leserzählung benutzt werden: „If you’re republishing online, you must use our page view counter, link to us, and include links from our story. Our page view counter is a small pixel-ping image (invisible to the eye) that allows us to know when our content is republished, and gives our authors sense of the size of audience and which publications they’re reaching.“

einem nichtakademischen Allgemeinpublikum an.⁶ Derlei Statistiken erfasst die *Conversation*-Plattform im Übrigen auch selbst in detaillierter Form, und stellt sie in Folge auch wieder einzelnen AutorInnen sowie deren Forschungseinrichtungen über ein internes Dashboard zur Verfügung; dies dient sowohl zur persönlichen Verfolgung der Artikelergebnisse durch AkademikerInnen als auch zur Erfassung institutioneller ‚impact metrics‘ durch die Forschungsinstitutionen, die mittels des Dashboards auch ihre eigenen Ergebnisse mit denen ähnlicher Institutionen vergleichen können. Zum Teil werden solche Messungen der Forschungsresonanz in der weiteren Gesellschaft auch schon durch ForscherInnen wie Institutionen im Verlauf von Beförderungsverfahren genutzt, und tragen damit zur Ausweitung von Publikationsmetriken über konventionelle bibliometrische Daten hinaus bei. Wie auch im Falle anderer alternativer Metriken („Altmetrics“) allgemein sind die Auswirkungen auf den wissenschaftlichen Betrieb dabei noch nicht endgültig abzusehen: in schlecht austarieren Bewertungssystemen könnten sich Teilnehmer z.B. durch eine Vielzahl schnell verfasster Beiträge einen Vorteil verschaffen, falls diese als einem einzelnen hochspezialisierten Magazinartikel äquivalent bewertet würden. ‚Gaming the system‘ durch skrupellose Teilnehmer ist hier sicherlich zumindest theoretisch eine Gefahr.

Mit ihrer innovativen Publikationsphilosophie, die insbesondere die Befindlichkeiten der akademischen AutorInnen anspricht und diese so zentral bei der Entwicklung der Inhalte involviert, hat *The Conversation* es fertiggebracht, an die 43.000 akademische AutorInnen für sich zu gewinnen. Sie repräsentiert damit eine Art Crowdsourcing-Modell, in dem eine Vielzahl von mehr oder weniger häufig beitragenden TeilnehmerInnen durch die journalistischen Dienstleistungen einer wesentlich kleineren Zahl festangestellter RedakteurInnen koordiniert werden – ein Prozess, der letztendlich eine Webseite von ebenso großer Diversität wie Qualität⁷ hervorbringt.

Zum Autoren:

Axel Bruns ist Professor und ARC Future Fellow im Digital Media Research Centre an der Queensland University of Technology in Brisbane, Australien. Seine Forschung befaßt sich insbesondere mit der Rolle digitaler und sozialer Medien in der öffentlichen Kommunikation sowie mit der Entwicklung neuartiger Forschungsmethoden zur Nutzung von ‚big social data‘ für die Untersuchung von Onlinekommunikationsprozessen. Im Zeitraum von 2017-19 leitet er ein Forschungsprojekt zur Auswirkung von Onlinepublikationsplattformen auf die Wissenschaftskommunikation, das von *The Conversation* als Forschungspartner unterstützt wird.

⁶ Eine Gesamtübersicht zu diesen Statistiken stellt *The Conversation* auf <https://theconversation.com/au/audience> bereit.

⁷ Aussagekräftige Studien zur Bewertung der (journalistischen) Qualität der Beiträge sind uns indes bisher nicht bekannt.