



Csökkenő tendencia a szabad hozzáférésű kiadásban?

Lehet, hogy a *szabad hozzáférésű* (*Open Access* = OA) kiadás már túl van a csúcson? Az Egyesült Királyság kormánya választ adott az alsóház tudományos-technológiai bizottságának jelentésében feltett kérdésre: „Tudományos közlemények: mindenki számára díjmentesen?” A nagy tudományos kiadók (Blackwell, Wiley, Nature és Reed Elsevier) a kormány választát győzelemként fogadták, egyikük sem támogatta „a szerző által fizetett publikálás” kezdeményezést. Ugyanakkor a szabad hozzáférést szorgalmazók vezető kiadói cége, a BioMed Central azonnal bírálta a lépést: a kormány válasza szerint elfogadható helyzet, amikor a hagyományos kiadók rendelkeznek a közpénzekből finanszírozott kutatási eredmények tulajdonjogával, és még egyszer eladják az eredményekhez való hozzáférést. Ez a helyzet azonban teljességgel szemben áll a mind kutatói közösség, mind társadalom széles körének érdekeivel.

A jelentésben megfogalmazottak szerint a kormány fő aggodalma az, hogy a hagyományos tudományos publikálási modelltől kétszeres az elmozdulás. Egyrészt a szabad hozzáférésű kiadás a kereskedelmi és ipari ágazatok támogatásának elvesztését eredményezheti, másrészt hosszú távon kétségtelenül csökken az érdeklődés az OA-mozgalom iránt. A kormány úgy véli, hogy a módszer elveszítette lendületét, és a számok világosan mutatják, hogy a kezdeti felbuzdulás kiégett. A kommentár az Ulrich's Periodicals Directory adataira hivatkozik, mely szerint 2004 novemberéig 89 új folyóirat jelent meg, ezek közül csak 11 az OA-folyóirat, 2003-ban pedig összesen 30 OA-folyóiratot adtak ki. Az Ulrich's adatai szerint az összes újonnan kiadott folyóirathoz képest az OA-folyóiratok aránya 2001. óta csökken (2001-ben 20,5%, 2002-ben 18,4%, 2003-ban pedig 15,2%). A csökkenés 2004-ben is folytatódik, novemberig 12,4% az új OA- és az összes új folyóirat aránya. A bizottság erőteljesen reagált a kormány válaszára, elnöke szerint a kereskedelmi és ipari minisztérium nyilvánvalóan sokkal inkább érdekelt a kiadói

lobbi előtti a hajbókolásban, mint a brit tudomány érdekeinek támogatásában.

<http://www.iwr.co.uk/News/1159363/>

(J. É.)

Online kiadók a Google ellen

Az Association of Online Publishers (AOP) londoni konferenciáján *Andrew Hart*, az Associated New Media ügyvezető igazgatója „élősködőknek” nevezte a keresőket üzemeltető cégeket, amelyek az online kiadókat fenyegetik. Szerinte az internet valódi globális közösség, az első digitális demokrácia, ahol a dollármilliárdos cégek éppúgy közzétehetik véleményüket, mint a személyes oldalak készítői. A legtöbb felhasználó a keresőket használja az „online utazás” megkezdésére, mert ezekkel szinte bármilyen információ egyetlen kattintással elérhető. Azonban Hart szerint a helyzet mára megváltozott: a keresők reklámfelületté váltak, ahol a fizető hirdetők előbbre kerülnek a találatok között. Ez a torzított eredmény hosszú távon lehetetlenné teszi a kis honlapok helyzetét. Az online hirdetések terén éppen a keresőké a leggyorsabban növekvő szektor.

Lorraine Twohill, a Google európai marketingigazgatója szerint nincs akkora jelentősége ezeknek a „technikai trükköknek”. Elmondása szerint a keresést egy nagyon bonyolult algoritmus irányítja, ezért a kis honlapok olykor szerencsésebbek lehetnek, mivel egyszerűbb tartalmukban könnyebb megtalálni a kulcsszót. Példaként a brit Google (<http://www.google.co.uk>) egy keresését hozta fel: a „Ford Focus” szókapcsolatra előbb jön be a Ford Focus-tulajdonosok klubja (<http://www.ffoc.co.uk>), mint a hivatalos honlap (<http://www.fordvehicles.com/cars/focus>). (A kézirat lezárásakor már a hivatalos honlap szerepelt előbb! – Z. D.) A felszólaló ugyanakkor kritizálta a Google hírkeresési módszerét is. Egy közelmúltban közzétett elemzés szerint a Google News eredményeinek 46%-a mindössze öt forrásból származik, holott hétezer forrást szemlél.