

SOFTWARE

EINE KULTURKRITIK VON OPEN ACCESS

28.09.2016

http://geschichtedergewegenwart.ch/open_access-wie-der-akademische-kapitalismus-die-wissenschaften-veraendert/

Hagner zeigt einige Aspekte auf, wie Open Access unsere Wissenschaftslandschaft verändert. Es ist ein interessanter Essay, leider redet der Autor viel über die MINT-Fächer (Medizin, Informationswissenschaften, Naturwissenschaften, Technik) ohne davon allzu viel zu verstehen. Die Grundaussage stimmt natürlich, dass es eine heterogene Spielwiese ist

Die Praxis von Open Access ist dominiert von einer Vielzahl unterschiedlicher Akteure mit zum Teil gegenläufigen Interessen. Dazu gehören Politiker, globale Verlagskonsortien, Förderorganisationen, Wissenschaftsmanager, Bibliothekare, digitale Aktivisten, die Computerindustrie und schließlich auch diejenigen, um die es eigentlich geht: Wissenschaftler – aber auch hier handelt es sich keineswegs um eine homogene Gruppe.

Dabei ist völlig unklar, wohin die Entwicklung geht. Ob die EU-Rahmenprogramme im Wesentlichen “über Bande gespielte Wirtschaftsförderung” sind, ist relativ egal unwichtig in dem Zusammenhang. Es stimmt auch nur sehr begrenzt, dass man in digitaler Zeitschriften Artikel publizieren kann, die man in “seriösen” Journalen nicht unterbringen kann.

Dafür fehlt der wichtigste Punkt, dass Open Access lediglich die Kosten vom Leser auf die Autoren abwälzt. Die Verlag verdienen ungehindert weiter, statt an Elsevier gehen Steuergelder nun an PLoS, [36 Millionen in 2014](#). Und wenn Elsevier seine Strategie nur etwas modifiziert im Sinn von „we continued to make good progress on our strategy to systematically transform our business into a professional information solutions“ dann haben wir ziemlich bald das Facebook Phänomen auch in der Forschung: Keiner ist wirklich überzeugt, aber de facto frisst es unsere Zeit.

Der Titel des Essays ist jedenfalls gut. Da könnte man viel interessantes herausholen, zum

Beispiel, dass Zeitschriften [keine "periodicals"](#) mehr sind und Wissenschaft zur Dauerberieselung wird. Wenn der Zeitschriftenname nun keine Werbung für meinen Artikel mehr ist, muss ich nun selbst für jedes Paper eine Kampagne starten?

CC-BY-NC Science Surf , accessed 28.04.2026, [click to save as PDF](#)
