

# Библиотеки как издатели

перемены в жизненном цикле  
информации

<http://www.umich.edu/~kshawkin/talks/20050304.pdf>

*Кевин С. Хокинс*

*<http://www.umich.edu/~kshawkin/>*

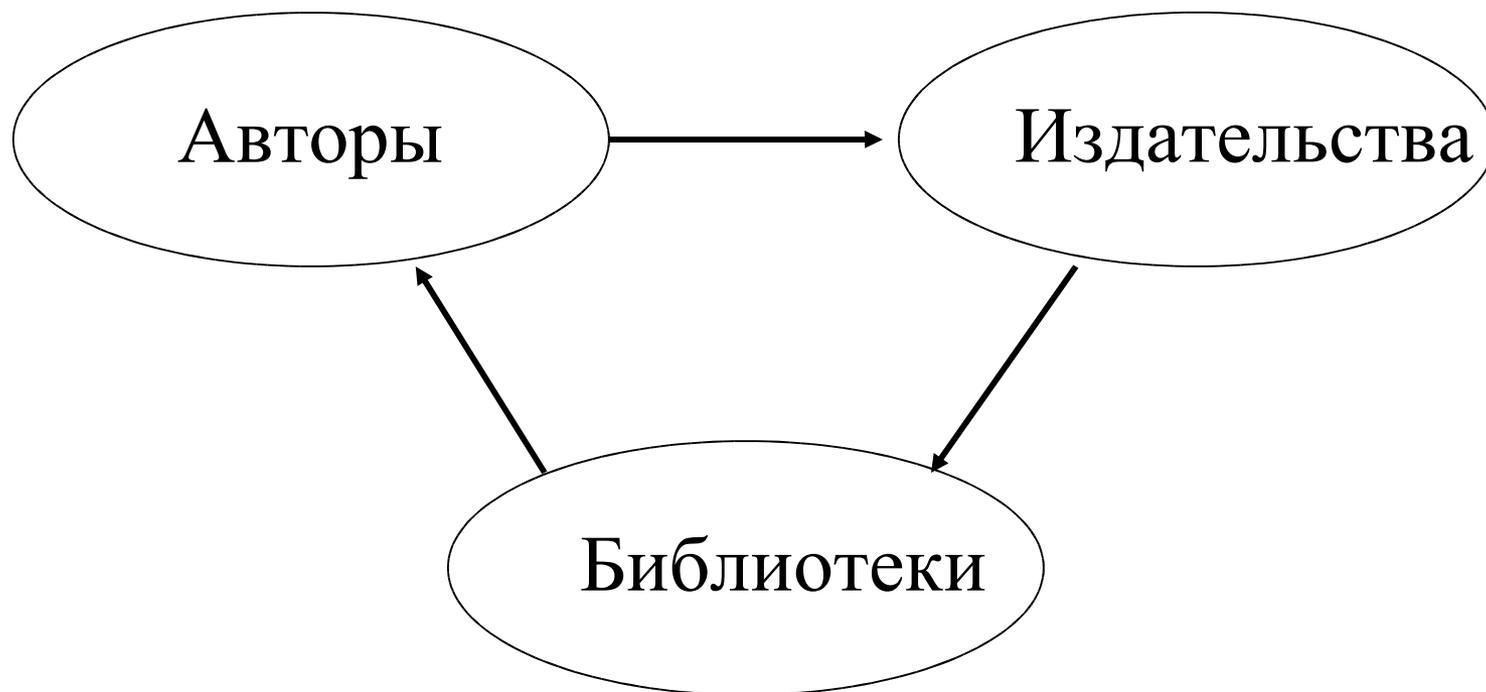
*Перевод: Бритаева А. Ф.*

# Прежде, чем начать

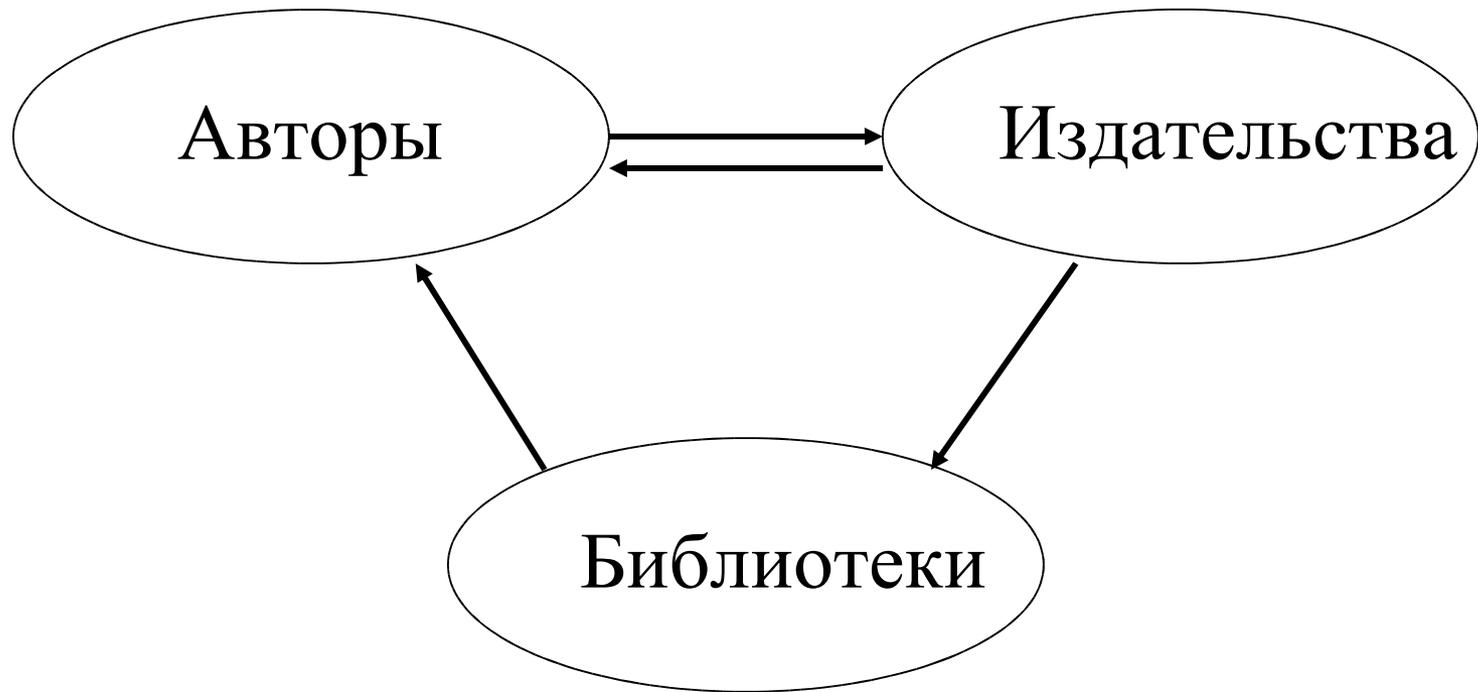
- Я не особо люблю презентации PowerPoint. Если вы тоже их не любите, или хотите узнать, почему они не нравятся мне, почитайте статью Питера Норвига: “PowerPoint: shot with its own bullets” <http://www.norvig.com/lancet.html>.
- На американском английском, издатель = издательство = печать

# Немного теории из информатики и экономики

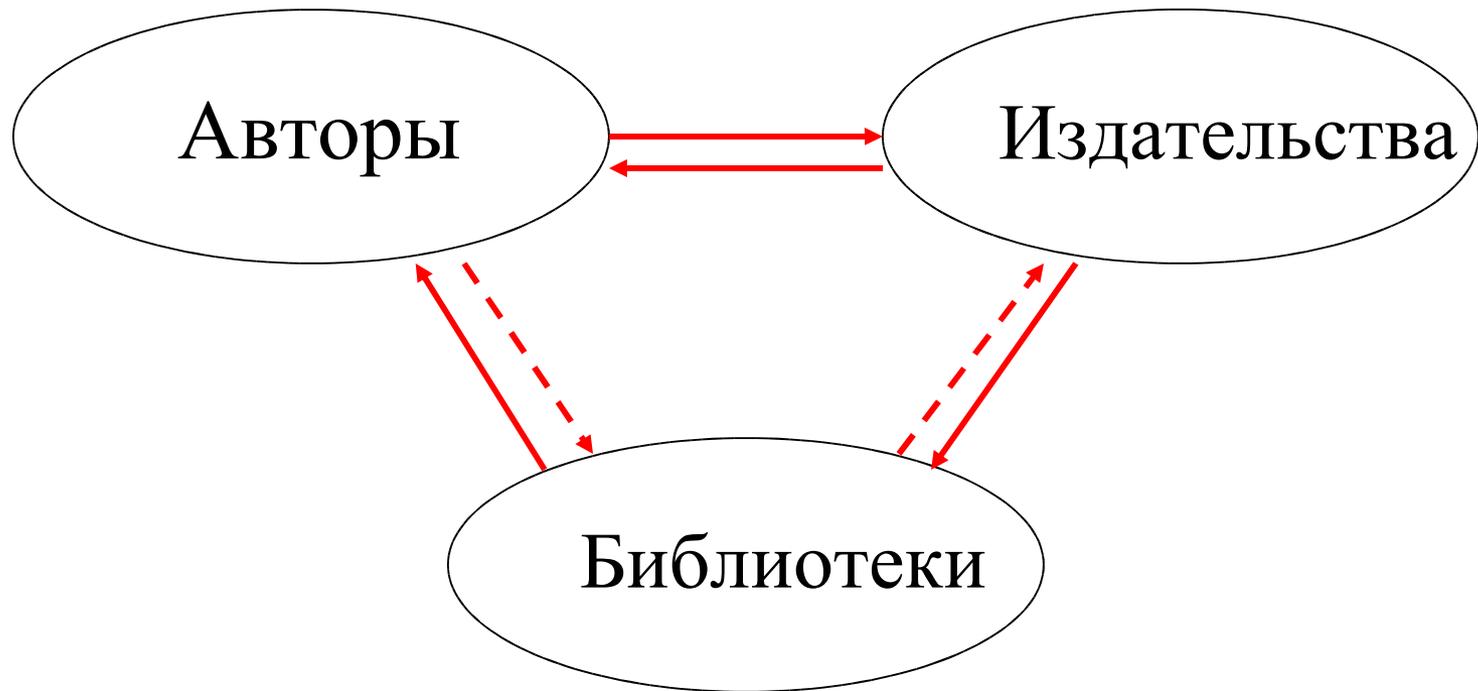
# Традиционный жизненный цикл информации (упрощенно)



# Более аккуратный традиционный жизненный цикл информации (упрощенно)

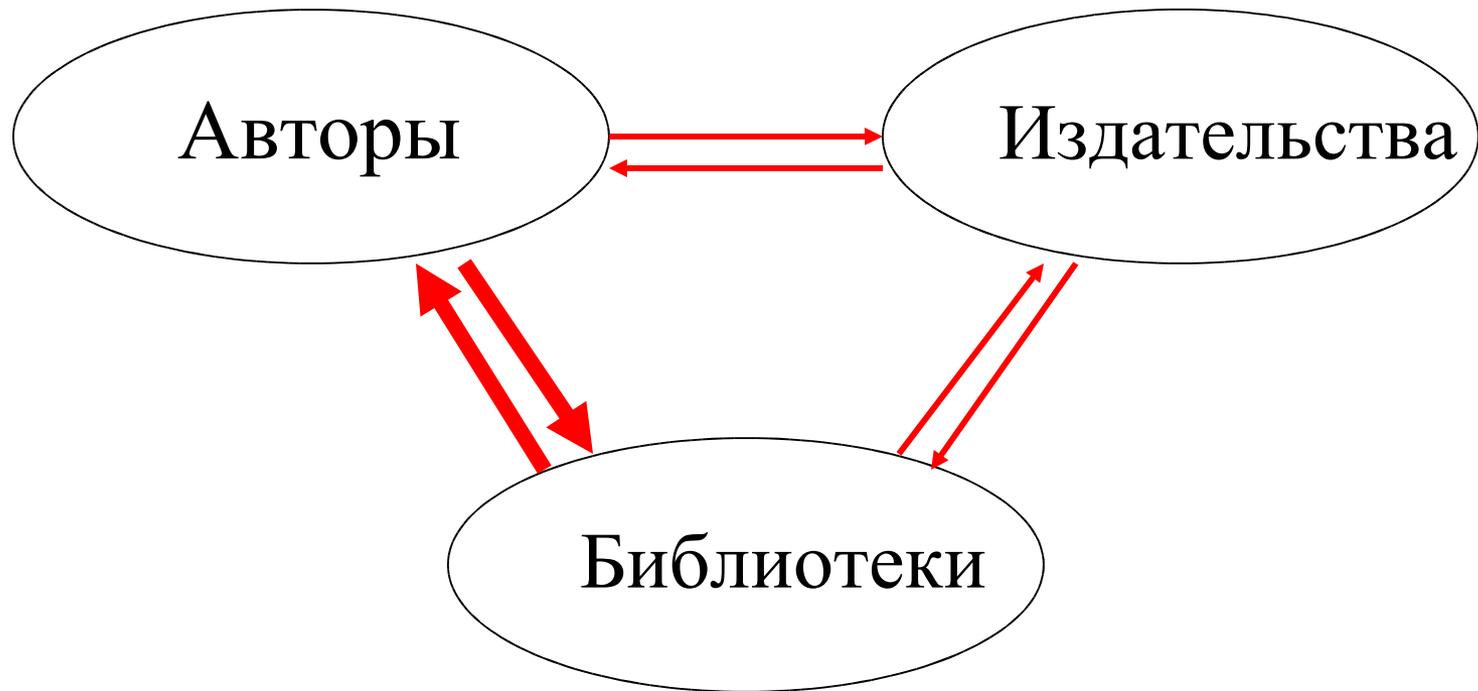


# Существующий жизненный цикл информации (упрощенно)



Цифровые документы

# Что хотелось бы иметь



Цифровые документы

# Каковы различия между издательством и библиотекой?

- До изобретения печатного дела, именно библиотеки были издательствами.
- Некоторые библиотеки и сегодня имеют собственные издательства, также как и университеты. Они издают публикации, недостаточно рентабельные для коммерческих издательств, но работают они по принципу коммерческих издательств.

# Почему существуют издательства?

- Печать, распространение и реклама нуждаются в больших ресурсах, чем те, которые могут позволить библиотеки.
- Издательства являются *посредниками* между авторами и читателями:
  - Они отбирают материал
  - Они направляют и консультируют авторов
  - Они редактируют произведения

# Почему существуют библиотеки?

- Миссия библиотек - обеспечивать свободный доступ к информации для всех пользователей.
- Мы образовываем наших пользователей. Это - общественная деятельность, а не работа ради прибыли.
- Особенно важно, чтобы библиотеки удовлетворяли нужды тех, кого не может удовлетворить рынок.

# Библиотеки и рынок

- Рано или поздно библиотеки сталкиваются с давлением рынка.
  - Конкуренция с книжными магазинами
  - Стесненность в бюджетных средствах
- Однако библиотеки не могут функционировать, подобно коммерческим организациям.
  - Невозможно просчитать экономическую выгоду.
  - Информация не является истинным *товаром*.

# Является ли информация товаром?

- Товары - это та собственность, которую можно продавать и покупать: если я продам вам свое яблоко, у меня его больше не будет.
- Информацию можно копировать без особых дополнительных расходов: если я продам вам эту презентацию, я могу оставить копия и себе.

# Информация практически не требует дополнительных расходов

- При обмене информацией дорого обходится лишь место хранения этой информации - память в компьютере или на носителях.
- Чтобы продать CD, сначала надо много потратить, чтобы создать первый диск, но после этого их себестоимость очень низкая.

# Высокая цена информации на рынке

- Информация (книги, диски, электронные книги) продается по устойчиво высоким ценам, потому что:
  - Это отвечает требованиям бизнеса и информация является товаром.
  - Надо окупить расходы на производство.
- Даже когда расходы окупаются, цены остаются такими же высокими, потому что авторское право предоставляет монополию на продажу продукта.

# Авторское право: какое оно и почему

- Авторское право - это узаконенная монополия на копирование информации. Оно необходимо, потому что оно позволяет своим создателям:
  - Контролировать распространение своих продуктов
  - Получать прибыль за свою работу
- Предполагается, что авторское право поддерживает распространение информации.

# Авторское право и издательства

- Авторы передают авторское право издательствам, потому что:
  - У издательств есть возможности преследовать нарушения авторских прав.
  - Обычно издательства предъявляют иски нарушителям.
- Бизнес издательств построен с учетом того, что к информации относятся, как к товару, а авторское право позволяет этому бизнесу функционировать.

# Какие проблемы в научном издательстве?

- Оно переняло неудачную бизнес-модель (построенную на принципе информация - как товар).
- Стоимость книг и журналов растет быстрее, чем индекс цен. Почему?
  - Неустойчивый спрос и устоявшийся престиж определенных издательств способствует застою рынка.
  - Издательства начали объединяться.

# Ученые и коммерческие издательства

- Авторы от науки обычно заинтересованы лишь в высокой оценке своих трудов, а не в прибыли. Покуда их цитируют и не искажается смысл работы, они только рады, если их труд используется остальными.
- Ученые полагаются на коммерческие издательства и уступают контроль над своей интеллектуальной собственностью, потому что:
  - Лишь у издательств есть возможности для распространения.
  - Рынок зависит от престижа.

# Почему библиотеки, научные общества, институты и ученые должны вмешаться в ситуацию?

- Стоимость научной литературы продолжает быть больше, чем индексы цен.
- Издательства медленно усваивают:
  - Новые бизнес модели, которые не основаны на авторском праве
  - Новые технологии, которые не просто копируют печатные библиографические структуры
- Новые технологии позволяют распространять информацию намного дешевле, чем в электронном формате и позволяют в новом виде еще лучше удовлетворять потребности пользователей.
- *Почему университеты должны бесплатно отдавать свою научную продукцию, а потом платить за возможность его использовать, еще и с ограниченным правом?*

Какие инициативы уже  
появились сегодня?

# Большие возможности для *открытого доступа* (ОД)

- Общие критерии ОД:
  - цифровой
  - online
  - бесплатный
  - в основном, лишен ограничений в соблюдении авторского права и лицензий
- Некоторые инициативы подходят по многим критериям ОД.
- Часто обеспечивается за счет авторской платы.

# *Архивы препринтов, новые публикации, архивы постпринтов:* определения

- *Препринт*: авторская версия текста, переданная в издательство журнала, еще без нумерации и, возможно, окончательного редактирования.
- *Новые публикации*: “созданное в цифровом формате” содержание.
- *Постпринт*: авторская версия окончательного текста в том виде, в котором он появляется в журнале. Иногда авторы оставляют за собой право их распространять.

# Примеры новых инициатив

- *Коммерческие предприятия*: Berkeley Electronic Press, BioMed Central\*
- *Университетские издательства*: Electronic Imprint of the University of Virginia Press.
- *Научные общества*: ACLS History E-Book Project
- *Библиотечные инициативы*: SPO, eScholarship(\*), EPIC, Project Euclid, UThink
- *Проекты, финансируемые правительством*: PubMed Central
- *Научные проекты и издания*: arXiv, PLoS\*, Postmodern Culture, Southern Spaces\*
- *Инициативы учебных заведений*:
  - Институционный архив (ИА), даже обязывая преподавателей предоставить публикацию\*
  - Проект Sakai
- Два киберинфраструктурных учебных проекта в США.

\* В открытом доступе

# Реакция коммерческих издательств

- *OUP*: два журнала в ОД
- *Springer*: авторский гонорар за ОД
- *Blackwell*: авторский гонорар за ОД
- Последняя статистика SHERPA/romeo:
  - Архивы препринтов разрешены *71% издательств*
  - Архивы постпринтов разрешены *65% издательств*  
(в том числе *Elsevier*)
- *Elsevier*: Scirus

# Дальнейшее чтение

- На английском:
  - Bailey, Charles W., Jr. *Scholarly Electronic Publishing Bibliography* . <http://info.lib.uh.edu/sepb/sepb.html>.
  - *EPrints.org: Self-Archiving and Open Access (OA) Eprint Archives* . <http://www.eprints.org/>.
  - Lund University Libraries. *Directory of Open Access Journals* . <http://www.doaj.org/>.
  - Public Library of Science (PLOS). “Open Access.” <http://www.plos.org/about/openaccess.html>.
  - *Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition (SPARC)* . <http://www.arl.org/sparc/>.
  - *SPARC Europe*. <http://www.sparceurope.org/>.
  - Suber, Peter. *The SPARC Open Access Newsletter*. <http://www.earlham.edu/~peters/fos/>.
  - University of Nottingham. *Directory of Open Access Repositories* . <http://www.openoar.org/>.
  - Weitzman, Jonathan B. *Open Access Now*. <http://www.biomedcentral.com/openaccess/>.
- На русском:
  - Open Society Institute. Будапештская Инициатива “Открытый Доступ”. <http://www.soros.org/openaccess/ru/>.