

Firmaer tjener på å publisere i de høyest rangerte tidsskriftene. Tidsskriftene tjener på å publisere studier fra de største firmaene. Og Thomson Scientific tjener på begge deler

## Profittkarusellen

Eugene Garfield har sammenliknet den originale ideen han fikk på 1950-tallet med kjernekraft: Den kunne være til stor nytte, men kunne også utløse en katastrofe hvis den ble misbrukt. Garfields idé var noe han kalte «impact factor», som han først beskrev i en vitenskapelig artikkel i *Science* i 1955 (1). Drøye 50 år senere er selve produksjonen av impaktfaktorer blitt storindustri. Kampen om å få høyest impaktfaktor er beinhard blant de engelskspråklige tidsskriftene. Så hard at bruk av prestasjonsfremmende midler kan være fristende. Dermed står rangeringen i fare for å miste sin verdi (2).

Eugene Garfield var kjemiker på Columbia University i New York, og ble tidlig opptatt av hvordan man kunne utnytte litteraturreferanser i vitenskapelige artikler for å få mer informasjon ut av dem. Faglitteraturen var altfor omfattende til at alle kunne lese alt og kjøpe alt. Både forskere og bibliotekarer hadde behov for et rangerings- og sorteringssystem for å få tak i og bruke tid på den viktigste faglige informasjonen. Tankegangen var – og er – at artikler som andre forskere refererer til, må være av større interesse enn artikler det *ikke* refereres til. Artikler som siteres hyppig, må dermed være de viktigste, de med størst innflytelse. Å tallfeste hvor ofte en artikkel blir omtalt vil derfor kunne gi nyttig informasjon om dens faglige betydning. Det var måten dette kunne gjøres på Garfield beskrev i artikkelen i *Science* (1).

Garfield omsatte idé til praksis og startet i 1961 sitt eget firma, Institute of Scientific Information (ISI), som utga bl.a. *Science Citation Index* fire ganger i året. Litteraturreferansene i stadig flere (engelskspråklige) vitenskapelige tidsskrifter ble registrert: 600 tidsskrifter ved starten i 1964, 2 400 tidsskrifter i 1972 og over 5 000 i 2006 (3, 4). I *Science Citation Index* kunne man lese hvor hyppig hver enkelt artikkel var sitert, altså hvor stor innvirkning (impact) artikkelen hadde i fagmiljøet.

I 1971 reanalyserte Garfield dataene fra *Science Citation Index* og publiserte en ny artikkel i *Science* som viste at data om litteraturreferanser også kunne brukes til å rangere tidsskriftene (3). Ved å beregne det gjennomsnittlige antall henvisninger til hver artikkel i et tidsskrift kunne tidsskriftets egen (ikke bare enkeltartiklens) anseelse anslås ganske godt (4). Institute of Scientific Information publiserte tidsskriftenes impaktfaktorer årlig i *Journal Citation Reports* fra 1975. I 1992 solgte Garfield firmaet sitt til Thomson Corporation – et av verdens største selskaper innen informasjonssystemer, med en omsetning på over 35 milliarder kroner i 2006 (5).

Thomson Corporation forsto raskt hvilken gullgrube de hadde overtatt. Markedet for å ha kunnskap om impaktfaktorer var stort, og interessen for å komme fordelaktig ut i beregningen var enda større.

På Thomsons hjemmesider reklameres det på følgende måte for *Journal Citation Reports* og de andre tjenestene til firmaet (6): «*Bibliotekarer* får et grunnlag for å vurdere lønnsomheten og hensiktsmessigheten av å abonnere på de ulike tidsskriftene. *Utgivere* kan overvåke konkurrenter, identifisere nye publiseringsmuligheter og treffe strategiske beslutninger om de tidsskriftene de gir ut. *Redaktører* kan bedømme hvor effektiv den redaksjonelle linje er og følge med på den internasjonale vurderingen av eget tidsskrift. *Forfattere* kan identifisere tidsskrifter de ønsker å publisere i, få bekreftet statusen til de tidsskrifter de har publisert i og identifisere hvilke tidsskrifter som er mest relevante for egen forskning.»

Sagt på en annen måte: En høy impaktfaktor er alfa og omega for mange tidsskrifter. Den gir dem både artikler og inntekter. Dersom impaktfaktoren var en noenlunde objektiv størrelse (noe den sannsynligvis var da Garfield gjorde sine opprinnelige beregninger), ville ikke dette vært så urimelig. Men faktoren kan påvirkes både av tidsskriftene selv og av firmaet som produserer den (2). Ved å være selektiv og fortrinnsvis publisere artikler man vet vil bli mye sitert, f.eks. store kliniske studier, kan impaktfaktoren skyte i været. Samtidig gir tidsskriftets høye rangering studien større påvirkningskraft.

Dermed oppstår en ond – eller god – sirkel, avhengig av øynene som ser. Et høyt rangert tidsskrift som publiserer en klinisk studie finansiert av legemiddelindustrien, oppnår minst to ting samtidig: Høyere impaktfaktor og store inntekter fra særtrykk av artikkelen. Firmaet blir også fornøyd: Publisering i prestisjefylte tidsskrifter øker resultatenes troverdighet og vanligvis også fortjenesten.

Nesten alle de store kliniske studiene blir publisert av et av de høyest rangerte generelle tidsskriftene. Det er konkurranse om å få publisert i disse tidsskriftene, men tidsskriftene konkurrerer også seg imellom om artikler og prestisje. De økonomiske konsekvensene av å akseptere eller refusere en artikkel basert på kliniske studier er nå så store at det er reist spørsmål om tidsskriftene selv – ikke bare artikkelforfatterne – burde oppgi sine interessekonflikter.

**Charlotte Haug**  
redaktør

### Litteratur

1. Garfield E. Citation indexes for science; a new dimension in documentation through association. *Science* 1955; 122: 108–11.
2. The PLoS Medicine editors. The impact factor game. *PLoS Medicine* 2006; 3: e291.
3. Garfield E. Citation analysis as a tool in journal evaluation. *Science* 1972; 178: 471–9.
4. Garfield E. The history and meaning of the journal impact factor. *JAMA* 2006; 293: 90–3.
5. <http://thomson.com/about/> (23.4.2007).
6. <http://scientific.thomson.com/products/jcr/> (23.4.2007).