



Warum die Linguistik Open- Access-Bücher braucht

Martin Haspelmath

05.03.2014

Linguistik braucht Bücher

- › Wir machen nicht nur Aufsätze, sondern ganze Bücher
- › Wir machen auch gerne Sammelbände
- › Nichtquantitative Wissenschaft braucht eben mehr Platz für Reflexion und Argumentation

Linguistik-Bücher sollten open-access sein (1)

- › (ebenso wie auch Zeitschriften)
- › weil das Reader-pays-Modell für hochspezialisierte Inhalte ineffizient ist
- › Bibliotheken können kaum vorhersagen, ob sie ein Buch brauchen
- › Individuen, die ein Buch brauchen, können es nicht einfach kaufen
- › Auflagen sind in den letzten zwei Jahrzehnten von einst 500 auf 120 gesunken
- › Preise für Bücher sind massiv gestiegen, die Verlagskonzentration nimmt ständig zu, die Profite der kommerziellen Verlage ebenfalls

Linguistik-Bücher sollten open-access sein (2)

- › Verbreitung ist durch das Internet superleicht geworden
- › Aufsätze und Bücher werden oft in der freien Manuskriptversion gelesen, oder bei Google Books
- › Die gedruckte Version dient oft vor allem als Scanvorlage: E-Version des Autors – Papierversion der Bibliothek – E-Version für die Seminarteilnehmer
- › offensichtlich ein absurdes System
- › warum hält sich das System so lange?

Der Mehrwert eines wissenschaftlichen Verlags

} im 19. und 20. Jahrhundert:

- } Produktion
- } Verbreitung
- } Reklame
- } Reputation

} im 21. Jahrhundert

- } praktisch nur: Reputation
- } denn Produktion, Verbreitung und Reklame kosten nichts oder wenig

Warum hält sich das System?

- › Reputation ist der entscheidende Faktor
- › aus Reputation entstehen Karrieren, und ohne Karrieren gäbe es keine Wissenschaft
- › ein renommierter Verlag ist wichtiger als viele Leser
- › ein renommierter Verlag sorgt für Leser, selbst wenn fast niemand das Buch kauft
- › die traditionellen Verlage gehen nur sehr langsam Richtung open-access (momentan eigentlich nur: De Gruyter Open)

Warum haben renommierte Verlage Renommee?

- } Weil sie so guten Service liefern?
 - } Nein, weil sie prominente Werke veröffentlichen
 - } (ohne Chomskys "Syntactic Structures" gäbe es heute den Verlag De Gruyter Mouton nicht)
- } Renommee entsteht durch exklusive Assoziation mit anderen renommierten Inhalten
- } Also können renommierte Wissenschaftler relativ leicht neue renommierte Marken schaffen, auch ohne traditionelle Verlage

- › Author-pays-Modell: Der Autor trägt die "Druckkosten" komplett (ca. EUR 15.000 bei SpringerOpen, ca. EUR 10.000 bei De Gruyter Open)
- › Freemium-Modell: Die Bücher sind im Prinzip frei verfügbar, aber für spezielle Services (z.B. EPUB-Version) muss man zahlen
- › Publisher-pays-Modell
 - › Der Verlag trägt die Publikationskosten, mit dem Ziel, durch gute Bücher sein Renommee zu steigern
 - › vielleicht "Marburg University Press"?
 - › Publikationskosten werden als Teil der Forschungskosten angesehen

- } Nachteile von Author-pays:
 - } Die Reputation des Verlags bestimmt die Höhe der Kosten; wenn ich ein sehr gutes Werk bei einem kommerziellen Verlag veröffentlichen, steigere ich dessen Reputation und zahle beim nächsten Mal mehr.
- } Vorteile von Publisher-pays:
 - } Die begrenzten Mittel können nur für eine begrenzte Menge von Publikationen verwendet werden; dadurch entsteht automatisch Exklusivität und Renommee.