



Titel der Präsentation

Martin Haspelmath

February 27, 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 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

- ## Finanzierungsmodelle
- › 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