



Warum die Linguistik Open-Access-Bücher braucht

Martin Haspelmath
05.03.2014

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

- › (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

- › 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?

} im 19. und 20. Jahrhundert:

} Produktion

} Verbreitung

} Reklame

} Reputation

} im 21. Jahrhundert

} praktisch nur: Reputation

} denn Produktion, Verbreitung und Reklame kosten nichts oder wenig

- › 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).

- › Weil sie so guten Service liefern?
 - › Nein, weil sie prominente Werke veröffentlichen
 - › (ohne Chomskys „Syntactic Structures“ gäbe es heute Mouton De Gruyter 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. 15.000€ bei SpringerOpen, ca. 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.

Mounier, Pierre. 2011. Freemium as a sustainable economic model for open access electronic publishing in humanities and social sciences. *Information Services & Use* 31. 225–233.