

ÇEVİRİM İÇİ

KONGRE



56. ULUSAL PSİKIYATRİ KONGRESİ

18 - 20 ARALIK 2020

“Salgın ve Sonrasında Psikiyatri”

KONUŞMA ÖZETLERİ

(Alfabetik sırayla)



“Salgın ve Sonrasında Psikiyatri”

YAYINCILIĞIN ARKA PLANI “ETİK” MÜMKÜN MÜ?

Mehmet Yumru

Klinik Psikiyatri Dergisi Editörü,

Antalya Bilim Üniversitesi Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

Tüm dünyada bilimsel üretim ve onun yansıdığı mecra olan yayıncılık, giderek artan oranda sermaye ve ödeme sistemlerinin kısıncı altına girmektedir. Çok sayıda dergiyi içinde barındıran büyük yayınevleri için dergiler, satış oranları, yan ürünleri, reklamları ile ticari bir meta haline geldiler. Bu ticari yayıncılık anlayışı her ekonomik sistemde olduğu gibi birçok ticari yan alan yaratmıştır. Danışmanlık şirketleri, dil edisyonu yapan şirketler, reklam şirketleri vb. Artık dergiler bilim insanlarının idaresinden daha çok ticari yayıncılığın idaresine geçmiş durumdadır. Bilimsel üretim yapmak isteyen akademisyenler için artık sadece bilimsel içeriğe önem veren az sayıda dergi kalmıştır.

Danışmanlık firması Outsell'in endüstri verilerini analiz ettiği araştırmaya göre, akademik yayıncılık endüstrisi için tipik kar marjları yüzde 20 ila 30 civarındadır. Elde edilen gelire ve yayınlanan toplam makale sayısına bağlı olarak makale başına nihai yayın maliyetini tahmin ederek, bir makaleyi yayınlamanın ortalama maliyetinin 3500 ila 4000 ABD doları arasında olduğunu tahmin etmektedirler (1).

Günümüzde çoğu yayıncı gerçek maliyetleri belirtmemektedir. Açık Erişim Bilimsel Yayıncılık Derneği başkanı Paul Peters, 2012 yılında, grubunun makale başına 290 dolarlık bir maliyetle 22.000 makale yayınladığını belirtmektedir (3).

Londra'da yapılan bir araştırma, yayıncıların kar marjlarını dernek yayıncıları için % 20, üniversite yayıncıları için % 25 ve ticari yayıncılar için % 35 olduğunu tahmin ediyor (4).

Ticari yayıncılar, dergi fiyatlarını yükselterek kârlarını sürdürmektedirler. Burada şu soru önem arz ediyor: Elde edilen artı değer nereye harcanıyor? Bilinen gerçek dergiye emek veren bilim insanlarına ya da bilime, bilimsel araştırmaya geri dönmediği. Ticari yayıncılık ve sermaye düzenini daha çok güçlendirmeye gittiği görünen gerçek.

Ne yapılabilir?

Akademik yayıncılığı büyük ticari yayınevlerinin tekelinden çıkarmak, aracı danışman firmaların yüksek ticari beklentilerinin olduğu kalemlerin kurul üyelerinin emeği ile karşılanabilmesini sağlamak, araştırmacıların ticari yayınevleri ve dergileri tercih etmemeleri, kurul üyeleri ve hakemlerin akademik hevesini ve işbirliğini artıracak projeler ve ticari amacı olmayan/finanse edilebilir kamu ya da dernek yayıncılığını teşvik yapılabilecek en önemli adımlar olarak görülmektedir.

Kaynaklar:

1. Noorden RV. The true cost of science publishing, Nature 2013;495:426-429
2. Solomon, D. J. & Björk, B.-C. J. Am. Soc. Inf. Sci. Technol. 2012;63:1485–1495
3. Cambridge Economic Policy Associates Activities, costs and funding flows in the scholarly communications system in the UK (Research Information Network, 2008).