

Ηλεκτρονική Δημοσίευση Ηλεκτρονικά περιοδικά

Σπύρος Βερονίκης
Ηλεκ/γος Μηχ/κός & Μηχ/κός Η/Υ
Δρ. Τμήματος Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας & Μουσειολογίας
spver@ionio.gr

Νοέμβριος 2020

- 1 Λόγοι ηλεκτρονικής δημοσίευσης περιοδικών
 - Πλεονεκτήματα
 - Μειονεκτήματα
- 2 Προκλήσεις
- 3 Θέματα υποδομών διάθεσης
- 4 Αλλαγές σε υφιστάμενες διαδικασίες
- 5 Νέες απαιτήσεις σε διαθέσιμους πόρους
- 6 Μοντέλα πώλησης ηλεκτρονικών περιοδικών
- 7 Ελεύθερη πρόσβαση
- 8 Προβληματισμοί σχετικά με τις αδειοδοτήσεις

Για σήμερα...

Λόγοι ηλεκτρονικής δημοσίευσης περιοδικών

Τα ηλεκτρονικά περιοδικά εκδίδονται τακτικά και υπάρχει ανάγκη συνεχούς, τακτικής, και γρήγορης ροής διάθεσης πληροφορίας.

Το αναγνωστικό κοινό προσδοκά ολοένα και περισσότερο την ηλεκτρονική διάθεση της πληροφορίας που επιθυμεί.

Στην απόφαση ενός οργανισμού να προβεί σε ηλεκτρονική δημοσίευση του υλικού που διαθέτει, βαρύνουν οι εξής παράγοντες :

- Ποιοί είναι οι λόγοι υλοποίησης ενός έργου ηλεκτρονικής δημοσίευσης στον φορέα;
- Ποιοι είναι οι αντικειμενικοί στόχοι;
- Τι είδους πληροφορία θα διατίθεται;
- Σε ποιον πρέπει να είναι διαθέσιμη αυτή η πληροφορία;

Περιεχόμενα

- 1 Λόγοι ηλεκτρονικής δημοσίευσης περιοδικών
 - Πλεονεκτήματα
 - Μειονεκτήματα
- 2 Προκλήσεις
- 3 Θέματα υποδομών διάθεσης
- 4 Αλλαγές σε υφιστάμενες διαδικασίες
- 5 Νέες απαιτήσεις σε διαθέσιμους πόρους
- 6 Μοντέλα πώλησης ηλεκτρονικών περιοδικών
- 7 Ελεύθερη πρόσβαση
- 8 Προβληματισμοί σχετικά με τις αδειοδοτήσεις

Πλεονεκτήματα

Τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής δημοσίευσης είναι αρκετά. Συνήθως αφορούν στα εξής:

- προσέγγιση αναγνωστών παντού (παγκοσμίως)
- ταχύτητα δημοσίευσης
- επιπλέον δυνατότητες
- μειωμένα κόστη δημοσίευσης
- νέες ευκαιρίες δημοσίευσης

Ωστόσο, κατά την ηλεκτρονική δημοσίευση υπάρχουν και μειονεκτήματα. Εγείρονται ορισμένες προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν και χρειάζονται αλλαγές στο τρέχον μοντέλο (έντυπης) δημοσίευσης.

Επικοινωνία με μεγαλύτερο κοινό αναγνωστών

Χάρη στο διαδίκτυο και την ευρεία διάχυσή του παγκοσμίως, ένα ηλεκτρονικό περιοδικό το οποίο διατίθεται on-line μπορεί να φτάσει σ' ένα αναγνωστικό κοινό πολύ μακρύτερα από τον τόπο εγκατάστασης του εκδότη.

Δεν υπάρχουν περιορισμοί πρόσβασης λόγω τοποθεσίας ούτε και χρονικοί περιορισμοί (π.χ. ωράριο λειτουργίας)

Ταχύτητα δημοσίευσης

Ένα ηλεκτρονικό περιοδικό μπορεί να δημοσιευθεί αμέσως μόλις έχει ολοκληρωθεί η σύνταξη και επιμέλεια του περιεχομένου. Δεν χρειάζεται να περιμένει κανείς την διαδικασία εκτύπωσης και μεταφοράς αντιτύπων προς τα τοπικά σημεία διάθεσης.

Ο μικρός χρόνος αναμονής είναι πολύ σημαντικός για δημοσιεύματα σε θεματικές περιοχές που εξελίσσονται πολύ γρήγορα. Είναι επίσης σημαντικός για τα επιστημονικά περιοδικά όπου δημοσιεύονται αποτελέσματα έρευνας.

Επιπλέον δυνατότητες

Χάρη στην ηλεκτρονική δημοσίευση, οι χρήστες μπορούν εύκολα να **αναζητήσουν πληροφορία** εντός μιας σειράς ενός ηλεκτρονικού περιοδικού ή και μεταξύ πολλών διαφορετικών σειρών ή ηλεκτρονικών περιοδικών.

Μια επιπλέον δυνατότητα είναι αυτή της **διασύνδεσης διαφορετικών τμημάτων πληροφοριών** (είτε εντός του εγγράφου είτε ακόμη και προς άλλα έγγραφα ή περιοδικά).

Μπορούμε ακόμη **να συμπεριλάβουμε επιπλέον υλικό** το οποίο θα ήταν ακριβό ή δεν θα ήταν δυνατόν σε μια έντυπη έκδοση (π.χ. πολλές έγχρωμες εικόνες ή δεκάδες σελίδες δεδομένων από τα οποία προήλθαν τα αποτελέσματα της έρευνας που δημοσιεύεται ή ηχογραφήσεις/videos).

Για τον εκδότη είναι σημαντική η δυνατότητα που δίνεται για την **παρακολούθηση της χρήσης** του περιεχομένου (π.χ. number of readers, locations, downloads, etc).

Μειωμένα κόστη δημοσίευσης

Το κόστος δημοσίευσης γίνεται μικρότερο καθώς δεν χρειάζεται να εκτυπωθεί και να μεταφερθεί το υλικό. Έτσι, μπορούν να δημιουργούνται πολύ περισσότερα αντίτυπα ώστε να εξυπηρετούν ένα πολύ μεγαλύτερο αναγνωστικό κοινό.

Φυσικά παραμένουν κόστη δημοσίευσης, αλλά έχει πλέον μειωθεί δραστικά το κόστος έναντι της έντυπης δημοσίευσης.

Νέες ευκαιρίες δημοσίευσης

Η ΗΔ παρέχει νέες δυνατότητες και ευκαιρίες δημοσίευσης έναντι της έντυπης και αυτό είναι πολύ σημαντικό για ορισμένα περιοδικά τα οποία παλεύουν να επιβιώσουν, υιοθετώντας αποδοτικότερες πρακτικές διαχείρισης. Για παράδειγμα:

- Δίνεται η δυνατότητα συχνής δημοσίευσης και λιγότερο συχνής εκτύπωσης (π.χ. μηνιαία έκδοση αλλά ετήσια εκτύπωση).
- Δημοσίευση κατ' άρθρο: μόλις ένα άρθρο είναι διαθέσιμο, το περιοδικό μπορεί να προβεί σε δημοσίευση (όπως τα Single Plays των δισκογραφικών εταιρειών), χωρίς να χρειάζεται να συγκεντρωθεί ικανός αριθμός άρθρων για δημοσίευση.
- Διαχωρισμός υλικού που δημοσιεύεται ηλεκτρονικά έναντι του υλικού που δημοσιεύεται εντύπως. Η έντυπη έκδοση μπορεί να είναι μικρότερης έκτασης.

Παραδείγματα: από τα έντυπα περιοδικά...



Παραδείγματα: στα ηλεκτρονικά περιοδικά...

The image displays three overlapping screenshots of scientific journals' websites, illustrating their digital presence and content.

BMJ (British Medical Journal): The top-left screenshot shows the BMJ homepage with a navigation menu (Home, Research, Education, News, Comment, Topics, Video, Archive, About BMJ) and a search bar. A featured article titled "Print issue This week" discusses the impact of air pollution on pregnancy in Bangladesh. Other sections include "Research Evaluating the causal relevance of diverse risk" and "Comment Smoking cessation agents".

The International Journal of Diversity in Organisations, Communities & Nations: The middle screenshot features a red header with the journal title and a search bar. It includes a "Log in" button and a "Your Cart" icon.

Nature: The largest screenshot on the right shows the Nature journal homepage. It features a prominent "nature" logo and the tagline "International weekly journal of science". The page is organized into several sections:

- Journal content:** A vertical menu with options like "Journal home", "Advance online publication", "Current issue", "Nature News", "Archive", "Supplements", "Web focuses", "Podcasts", "Videos", and "News Specials".
- Latest Research:** A section highlighting "Predicting new molecular targets for known drugs" and "Observation of the fractional quantum Hall effect in graphene".
- Journal information:** Links for "About the journal", "For authors", "Online submission", and "Nature Awards".
- Submit correspondence:** A section for authors to submit research.
- Latest Research (Podcasts/Videos):** Promotions for "Nature podcasts" and "Nature videos".
- Submit manuscript:** A section for authors to submit their work.
- Perceptions of the Impact of Postnatal Growth:** A featured article by Uduak Archibong, Aiyi Eferakorho, Aliya Darr, Andy Scally, Karl Atkin, Carol Baxter, Mark S. D. Johnson, Mark Bell, and Lisa Weddington.

Περιεχόμενα

- 1 Λόγοι ηλεκτρονικής δημοσίευσης περιοδικών
 - Πλεονεκτήματα
 - Μειονεκτήματα
- 2 Προκλήσεις
- 3 Θέματα υποδομών διάθεσης
- 4 Αλλαγές σε υφιστάμενες διαδικασίες
- 5 Νέες απαιτήσεις σε διαθέσιμους πόρους
- 6 Μοντέλα πώλησης ηλεκτρονικών περιοδικών
- 7 Ελεύθερη πρόσβαση
- 8 Προβληματισμοί σχετικά με τις αδειοδοτήσεις

Μειονεκτήματα δημοσίευσης στον παγκόσμιο ιστό

Η παρουσία ενός ηλεκτρονικού περιοδικού στον χώρο της παγκόσμιας ηλεκτρονικής δημοσίευσης, μοιάζει με σταγόνα στον ωκεανό.

Χρειάζονται δράσεις δημοσιότητας, ευρετηρίασης, κ.α. για να μην χαθεί στην αφάνεια το περιεχόμενο του ηλεκτρονικού περιοδικού.

Πρέπει όμως να λαμβάνεται προσοχή, ώστε να μην θυσιάζεται η ποιότητα δημοσίευσης έναντι της επιθυμητής ταχύτητας δημοσίευσης.

Μειονεκτήματα δημοσίευσης ηλεκτρονικού υλικού

Όταν ο δημιουργός συμπεριλαμβάνει επιπλέον ή ιδιαίτερο υλικό στη δημοσίευσή του, (π.χ. σχέδια, ηχογραφήσεις, videos, κ.α.) θα πρέπει ο εκδότης (ή οποιος άλλος εκτελεί την επιμέλεια) να διαθέτει την κατάλληλη υποδομή για να ελέγξει ή και να διορθώσει το υλικό αυτό.

Γενικά, υπάρχουν χαρακτηριστικά τα οποία εκτιμώνται περισσότερο έναντι άλλων από το αναγνωστικό κοινό, γι' αυτό και πρέπει να δίνεται προσοχή στην επιλογή εκείνων που τελικώς υιοθετούνται κατά την ΗΔ.

Σχετικά με το κόστος δημοσίευσης

Το κόστος δημοσίευσης ενός ηλεκτρονικού περιοδικού μειώνεται αλλά δεν μηδενίζεται. Εξακολουθούν να απαιτούνται δαπάνες για την λειτουργία του νέου μοντέλου δημοσίευσης, όπως :

- μετάβαση στα νέα εργαλεία δημοσίευσης (προμήθεια, και εκπαίδευση)
- προμήθεια, λειτουργία και συντήρηση των servers διάθεσης του υλικού
- πρόσληψη επιπλέον εξειδικευμένου προσωπικού, υψηλής κατάρτισης, κ.α.

Στις περιπτώσεις που συντηρείται και η έντυπη δημοσίευση παράλληλα με την ηλεκτρονική , το κόστος δημοσίευσης **αυξάνεται!**

Προκλήσεις

Η ΗΔ παρέχει νέες ευκαιρίες και επιπλέον δυνατότητες, ωστόσο εγείρει και νέες προκλήσεις οι οποίες πρέπει να αντιμετωπισθούν. Για παράδειγμα:

Υπάρχει ανάγκη διαρκούς διάθεσης και αρχειακής αποθήκευσης:

Κάθε φορέας που χειρίζεται ηλεκτρονικό υλικό πληροφόρησης, πρέπει να μεριμνά ώστε αυτό να παραμένει διαθέσιμο για μεγάλο χρονικό διάστημα καθώς και να διατηρείται διαθέσιμο, ακόμη κι όταν οι τεχνολογικές εξελίξεις αλλάζουν την απαιτούμενη υποδομή.

Προκλήσεις

Παραπομπές και τελική έκδοση:

Η ΗΔ δημιουργεί ηλεκτρονικά τεκμήρια των οποίων ορισμένες ιδιότητες δεν είναι πλέον σταθερές (π.χ. ονομασία, τοποθεσία, ημερομηνία έκδοσης, κ.α.) με αποτέλεσμα να υπάρχει πρόβλημα στην δημιουργία παραπομπών προς αυτά.

Επίσης, συχνά δεν υπάρχει μια τελική έκδοση. Ένα τεκμήριο μπορεί να διατίθεται ως preliminary version, on-line version, updated version, ...

Υποστήριξη διαρκούς διάθεσης και αρχειοθέτησης

Υποστήριξη διαρκούς διάθεσης και αρχειοθέτησης

Φορείς διάθεσης του υλικού όπως οι βιβλιοθήκες, συχνά δεν διατηρούν υπό την κατοχή τους τα ηλεκτρονικά δημοσιεύματα, παρά τα μισθώνουν από τους εκδοτικούς οίκους. Έτσι, τυχόν διακοπή της συνδρομής, οδηγεί και σε άμεση απώλεια του περιεχομένου (πράγμα που δεν ισχύει με τις έντυπες συλλογές βιβλιοθηκών οι οποίες είναι ήδη αγορασμένες από τους εκδότες).

Ορισμένοι εκδότες συνάπτουν συμφωνίες κατά τις οποίες η πρόσβαση σε υλικό που έχει αποκτηθεί με συνδρομή, θα εξακολουθεί να διατηρείται, ακόμη κι αν η συνδρομή διακοπεί. Ωστόσο, αυτό προϋποθέτει την τήρηση ενός Μητρώου συνδρομών (διαχειριστικό κόστος).

Επιπλέον, οι τεχνολογικές εξελίξεις συμβαίνουν με ταχύτατο ρυθμό και έτσι εξοπλισμός και λογισμικό που χρησιμοποιούνταν στο παρελθόν για την προσπέλαση ηλεκτρονικού περιεχομένου, συχνά απαξιώνεται και εγκαταλείπεται ή δεν υποστηρίζεται πλέον.

Για να διατηρείται η διάθεση του υλικού για μεγάλο χρονικό διάστημα, πρέπει να λαμβάνεται μέριμνα ώστε να δημιουργούνται αντίγραφα ασφαλείας (για μακρά αποθήκευση) και να γίνεται "μετανάστευση" του υλικού (όποτε απαιτείται) σε νέες υποδομές.

Παραπομπές και τελική έκδοση

Αναφορικά με τις προκλήσεις της δημιουργίας παραπομπών και τελικής έκδοσης:

- Πώς δίνουμε παραπομπή σ' ένα ηλεκτρονικό τεκμήριο; Μελλοντικά, η τοποθεσία του και η ονομασία του μπορεί να διαφοροποιηθούν.
- Ποια θεωρείται ως ημερομηνία δημοσίευσης ενός ηλεκτρονικού άρθρου; Η ημερομηνία on-line διάθεσής του ή ημερομηνία εκτύπωσής του σε έντυπο μέσο;

Σχετικά με τις παραπομπές

Digital Object Identifier - DOI

Για την ταυτοποίηση ενός ηλεκτρονικού δημοσιεύματος προτάθηκε και υιοθετείται ευρέως η χρήση του κωδικού DOI.

Ο κωδικός DOI είναι ένας μοναδικός αναγνωριστικός κωδικός ανά ηλεκτρονικό δημοσίευμα (ανάλογος του ISBN των έντυπων βιβλίων και διατηρείται σταθερός, σε αντίθεση με το URL το οποίο μπορεί μελλοντικά να διαφοροποιηθεί.

Για την απόκτηση ενός αριθμού DOI υπάρχει χρέωση.

Υποδομές φιλοξενίας ηλεκτρονικών δημοσιευμάτων

Για την online διάθεση των ηλεκτρονικών δημοσιευμάτων, πρέπει αυτά να "αναρτηθούν" σ' έναν server ο οποίος θα τα διαθέτει, ανά πάσα χρονική στιγμή, σε όποιον επιθυμεί (και έχει το δικαίωμα) προσπέλασης του περιεχομένου τους.

Ο διακομιστής (server) μπορεί να ανήκει στον δημιουργό ή σε κάποιον άλλο φορέα διάθεσης υλικού πληροφόρησης.

Η χρήση ενός δικού μας server παρέχει μεγαλύτερη ευελιξία διαμόρφωσης της λειτουργίας του. Απ' την άλλη, μας επιβαρύνει με τον φόρτο διαχείρισής του (διαρκής λειτουργία, συντήρηση, τεχνική εξειδίκευση, κόστη λειτουργίας/αναβαθμίσεων, κ.α.)

Επιλογή διάθεσης των ηλεκτρονικών περιοδικών μέσω ενός εμπορικού συστήματος φιλοξενίας (commercial hosting)

Η εναλλακτική λύση της εμπορικής διάθεσης των ηλεκτρονικών περιοδικών εξασφαλίζει ορισμένα πλεονεκτήματα:

- αξιοποίηση εξειδικευμένου προσωπικού το οποίο ασχολείται ακριβώς με το αντικείμενο αυτό
- αξιοποίηση σύγχρονου εξοπλισμού και 99.9% uptime (per year)
- Καλύτερη ανάδειξη του ηλ. περιοδικού, μεταξύ των πάρα πολλών που υπάρχουν
- παροχή επιπλέον υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (π.χ. μετατροπή μορφοτύπων αρχείων, διάθεση μεταδεδομένων, δημιουργία ευρετηρίων και περιλήψεων, κ.α.)

Πολλαπλή φιλοξενία

Ένα ηλεκτρονικό περιοδικό μπορεί να φιλοξενηθεί σε περισσότερους από έναν διακομιστές. Η διάθεση του πλήρους κειμένου μέσω πολλαπλών servers είναι ασυνήθιστη (μάλλον και περιπτή).

Ωστόσο, η κεντρική ιστοσελίδα του ηλ. περιοδικού, μπορεί να φιλοξενηθεί σε διάφορους διακομιστές (visibility boost) και από εκεί να γίνεται ανακατεύθυνση προς τον διακομιστή που φιλοξενεί το πλήρες κείμενο των δημοσιευμάτων.

Αλλαγές σε υφιστάμενες διαδικασίες

Η ΗΔ επιφέρει αλλαγές σε όλες τις φάσεις δημοσίευσης και κανείς πρέπει να είναι διατεθειμένος (και ικανός) να προβεί σ' αυτές τις αλλαγές. Έτσι, αλλάζουν διαδικασίες κατά:

- την υποβολή και αξιολόγηση (editorial)
- την παραγωγή τελικής μορφής και ηλεκτρονική δημοσίευση (production & publication)
- την εμπορική προώθηση (marketing)
- τις πωλήσεις (sales)
- τις συνδρομές και υποστήριξη πελατών (subscription/customer service)

Υποβολή & αξιολόγηση

Η διαδικασία υποβολής, αξιολόγησης, διόρθωσης/τροποποίησης, αποδοχής/οριστικοποίησης των κειμένων ενός ηλεκτρονικού περιοδικού είναι εξίσου σημαντική με αυτή των έντυπων.

Πλέον, έχουν δημιουργηθεί λογισμικά (πλατφόρμες) που υποστηρίζουν όλα τα βήματα αυτής της φάσης (από την υποβολή μέχρι την οριστικοποίηση).

Πλεονεκτήματα της χρήσης τους είναι τα εξής :

- Δεν υπάρχουν καθυστερήσεις κατά την υποβολή των άρθρων (γίνεται άμεσα)
- Η πλατφόρμα υποβοηθά την ροή της διαδικασίας, π.χ. αποστέλλοντας email στον επόμενο εμπλεκόμενο που αναλαμβάνει τη συνέχιση της διαδικασίας

- Δημιουργούνται καταγραφές και αρχεία τα οποία μπορούν να βοηθήσουν και να ενημερώσουν τους εμπλεκομένους για την πορεία της αξιολόγησης ενός άρθρου προς δημοσίευση. Επιπλέον, συχνά οι πλατφόρμες τηρούν Βάσεις Δεδομένων με στοιχεία αξιολογητών οι οποίοι μπορούν να προσκληθούν. Τηρούν ακόμη και πλήρη κείμενα ή παραπομπές προς σχετικό υλικό που μπορεί να υποβοηθήσει.
- Όλο το υλικό είναι αναρτημένο στην πλατφόρμα και διατίθεται online σε όποιον το χρειάζεται, ακόμη κι όταν δεν βρίσκεται στον χώρο του γραφείου

Υπάρχουν ωστόσο και **μειονεκτήματα** σ' αυτή την φάση ηλεκτρονικής δημοσίευσης.

- Καθώς όλη η ροή γίνεται ψηφιακή, θα πρέπει όλοι οι εμπλεκόμενοι να μπορούν να λειτουργήσουν στο νέο περιβάλλον εργασίας
- Ο χρόνος που κυρίως εξοικονομείται είναι μόνον αυτός της μεταφοράς του αποτελέσματος εργασίας από το κάθε μέλος προς το επόμενο.
- Χρειάζεται εκπαίδευση και κατάρτιση του εμπλεκόμενου προσωπικού στην χρήση του νέου λογισμικού διαχείρισης
- Καθώς η εργασία μπορεί να γίνει και απομεμακρυσμένα (εκτός των εγκαταστάσεων του εκδοτικού οίκου), θα πρέπει οι εμπλεκόμενοι να έχουν διαθέσιμο κατάλληλο εξοπλισμό
- Μια πλατφόρμα διαχείρισης είναι αποδοτική όταν αξιοποιείται πλήρως. Έαν κανείς συνεχίσει να λειτουργεί παράλληλα με τον προηγούμενο τρόπο, τότε ο φόρτος εργασίας αυξάνεται (ορισμένα πράγματα γίνονται δύο φορές).

Θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας

Είναι σημαντικό, όταν εκχωρούνται δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (*Copyright*) να διασφαλίζονται ταυτόχρονα και τα αντίστοιχα δικαιώματα ηλεκτρονικής χρήσης (*electronic rights*).

Επίσης, όταν σ' ένα δημοσίευμα συμπεριλαμβάνεται υλικό από άλλους δημιουργούς (π.χ. φωτογραφίες) πρέπει πάντα να λαμβάνεται το δικαίωμα χρήσης αυτών.

Αλλαγές κατά την φάση παραγωγής

- Τα άρθρα προς κρίση (review) και δημοσίευση πρέπει να υποβάλλονται σε ηλεκτρονική μορφή, και όλη η διαδικασία εφ' εξής να γίνεται επί των ηλεκτρονικών αρχείων.
- Το τελικό αποτέλεσμα είτε ηλεκτρονικό είτε και έντυπο πρέπει να προέρχεται από 1 ηλεκτρονικό αρχείο (το τελικό)
- Τα άρθρα θα πρέπει να καταλήξουν σε μια μορφή κατάλληλη για online δημοσίευση αλλά και έντυπη (όταν αυτό απαιτείται). Συνήθως επιλέγεται ο μορφότυπος PDF. Ανάλογα με τις απαιτήσεις, ενδέχεται να πρέπει το περιεχόμενο (ή μέρος αυτού) να διατίθεται και σε άλλους μορφότυπους (π.χ. HTML, XML)
- Η δημιουργία των ηλεκτρονικών αρχείων για την παραγωγή εντύπων και ΗΔ προϋποθέτει την ύπαρξη κατάλληλου λογισμικού και καταρτισμένου προσωπικού

Αλλαγές κατά την φάση παραγωγής

- Η δημιουργία των ηλεκτρονικών αρχείων για την παραγωγή εντύπων και ΗΔ προϋποθέτει την ύπαρξη κατάλληλου λογισμικού και καταρτισμένου προσωπικού
- Στοιχεία όπως εικόνες/γραφήματα κ.α. θα πρέπει να παρέχονται από τον δημιουργό σε ηλεκτρονική μορφή (ξεχωριστά και όχι ενσωματωμένες στο πλήρες κείμενο) προκειμένου να μπορούν να ενσωματωθούν στην τελική έκδοση, από τον εκδότη.
- Πρέπει να γίνεται παρακολούθηση των αλλαγών που γίνονται στα ηλεκτρονικά αρχεία και να υπάρχει η δυνατότητα επιστροφής σε πρότερη έκδοση
- Το εμπλεκόμενο προσωπικό (σχεδιαστές, στοιχειοθέτες, τυπογράφοι) πρέπει να είναι κατάλληλα καταρτισμένο και να διαθέτει τα απαιτούμενα εργαλεία. Είτε είναι in-house είτε out-sourcing, θα χρειαστούν δαπάνες για την μετάβαση στον νέο τρόπο παραγωγής δημοσιευμάτων.

Αλλαγές κατά την φάση εμπορικής προώθησης

Η ανίχνευση των αναγκών της αγοράς και η ικανοποίησή τους είναι εξίσου σημαντική και για την ΗΔ. Ο όγκος των ηλεκτρονικών δημοσιευμάτων καταγράφει διαρκώς αυξανόμενους ρυθμούς και έτσι πρέπει να λαμβάνεται μέριμνα για να εδραιώσει την παρουσία του ένα ηλεκτρονικό περιοδικό.

Οι εκδοτικοί οίκοι συχνά διεξάγουν έρευνες για να κατανοήσουν τις ανάγκες της αγοράς και παρακολουθούν σχετικούς δείκτες που μπορούν να παρέχουν σχετική πληροφόρηση. Όταν επιλέγεται η ψηφιοποίηση ενός υφιστάμενου (έντυπου) περιοδικού, με στόχο την προσέγγιση μεγαλύτερου κοινού, πρέπει να εξετάζονται οι ανάγκες και τα χαρακτηριστικά αυτού του αναγνωστικού κοινού.

Ένα ηλ. περιοδικό δεν θα πουλήσει περισσότερα αντίτυπα απλώς επειδή εκδίδεται πλέον και σε ηλεκτρονική μορφή. Πρέπει εκείνοι που ενδιαφέρονται να το διαβάσουν ή/και να γράψουν σ' αυτό, να ενημερωθούν για την ύπαρξή του.

Έτσι, χρειάζονται ενέργειες προώθησης και προβολής του (επιλεγμένοι συγγραφείς, υλικό δημοσιότητας, σύνδεση με συνέδρια, φιλοξενία σε δημοφιλείς πάροχους, καταχώρηση σε καταλόγους και ευρετήρια, σχεδίαση για βελτιστοποίηση της λειτουργίας μηχανών (ηλεκτρονικής) αναζήτησης, παρουσία σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κ.α.)

Καθώς οι ενέργειες προώθησης συνδέονται με αντίστοιχες δαπάνες, θα πρέπει να γίνει μια αξιολόγηση και ιεράρχηση αυτών.

Αλλαγές κατά την φάση πωλήσεων

Η ενσωμάτωση μιας σειράς έντυπων περιοδικών στις συλλογές ενός φορέα πληροφόρησης (π.χ. μιας Βιβλιοθήκης) είναι μια σχετικά απλή διαδικασία. Η διοίκηση του φορέα αποφασίζει ποια περιοδικά θέλει να εντάξει στις συλλογές, και ακολούθως συνάπτει μια συμφωνία με τον εκδοτικό οίκο που τα διαθέτει.

Ωστόσο, η διάθεση ενός ηλεκτρονικού περιοδικού είναι πιο σύνθετη διαδικασία. Καθώς το κόστος δημοσίευσης έχει μειωθεί, πολλοί δημιουργοί ηλεκτρονικών περιοδικών, τα διαθέτουν απί ευθείας, χωρίς την μεσολάβηση των εκδοτικών οίκων.

Έτσι, η διοίκηση του φορέα πληροφόρησης, χρειάζεται να επικοινωνεί με περισσότερους εκδότες. Αυτές οι συζητήσεις είναι συνήθως πολύπλοκες, σύνθετες, τεχνικές και συχνά χρειάζονται υποστήριξη από εξωτερικούς συνεργάτες.

Αλλαγές στην φάση του ελέγχου προσπέλασης (συνδρομών)

Το δικαίωμα πρόσβασης στο περιεχόμενο ενός ηλεκτρονικού περιοδικού μπορεί να κατοχυρώνεται με μια συνδρομή (όπως και στην περίπτωση του έντυπου περιοδικού).

Ωστόσο, αντί της αυτοματοποιημένης αποστολής του τεύχους προς τον τελικό χρήστη, συνήθως επιλέγεται η διαδικασία εκχώρησης διαπιστευτηρίων σύνδεσης στον διακομιστή, από τον οποίο μπορεί να μεταφορτώσει τα τεύχη της επιλογής του.

Επίσης, κατά την διάθεση του περιεχομένου ενός ηλεκτρονικού περιοδικού, είναι σχεδόν βέβαιο ότι ορισμένοι συνδρομητές θα χρειαστούν κάποιου είδους υποστήριξη (τηλεφωνική, τεχνική ή άλλη).

Νέες απαιτήσεις σε διαθέσιμους πόρους

· Η μετάβαση (ή η εξ' αρχής δημιουργία) σε μια ηλεκτρονική έκδοση του περιοδικού, αλλάζει το ισοζύγιο δαπανών και επιφέρει νέες απαιτήσεις σε πόρους όπως ο διαθέσιμος χρόνος, το προσωπικό και η χρηματοδότηση. Οι μεγαλύτερες κατηγορίες δαπανών κατά την ΗΔ είναι οι εξής :

- **Δαπάνες επιμέλειας:** εξακολουθούν να υφίστανται, όπως και στην έντυπη δημοσίευση.
- **Δαπάνες παραγωγής/δημοσίευσης:** εξακολουθούν να υφίστανται και επαυξάνονται καθώς πρέπει να δημιουργηθούν πλέον και ηλεκτρονικά αρχεία
- **Δαπάνες εκτύπωσης και βιβλιοδεσίας:** μηδενίζονται
- **Δαπάνες διανομής τευχών:** μηδενίζονται

- **Δαπάνες προώθησης:** εξακολουθούν να υφίστανται. Επιβαρύνονται με το κόστος διαπραγματεύσεων με πολλαπλούς εκδότες
- **Δαπάνες υποστήριξης χρηστών:** δημιουργούνται νέες (σε σχέση με την έντυπη δημοσίευση)
- **Δαπάνες μακροχρόνιας διάθεσης και αρχειακής αποθήκευσης:** εξακολουθούν να υφίστανται
- **Δαπάνες διαχείρισης συνδρομών:** εξακολουθούν να υφίστανται και μάλλον αυξάνονται
- **Δαπάνες οικονομικής διαχείρισης χρεώσεων/αποδόσεων προς τους συγγραφείς:** εξακολουθούν να υφίστανται

Αλλαγή ισοζυγίου δαπανών

Η ψηφιοποίηση ενός περιοδικού μπορεί να ελαττώσει σημαντικά τα κόστη που συνδέονται με την παραδοσιακή δημοσίευση. Ωστόσο, δημιουργούνται νέες δαπάνες, οι οποίες μπορούν να μειώσουν σημαντικά αυτή την εξοικονόμηση.

- **Κόστος φιλοξενίας** (hosting): για την online διάθεση του ηλεκτρονικού περιοδικού, χρειάζεται η λειτουργία και συντήρηση διακομιστών διάθεσης του υλικού.
- **Κόστος εξοπλισμού/λογισμικού**: χρειάζεται η προμήθεια νέου υλικού/λογισμικού για να υποστηρίξει τις φάσεις ηλεκτρονικής δημοσίευσης
- **Κόστος διασύνδεσης με το διαδίκτυο**: μια βιβλιοθήκη πιθανόν να πρέπει να προμηθευτεί νέους υπολογιστές και να αναβαθμίσει τις γραμμές σύνδεσης στο διαδίκτυο για να διαθέτει το υλικό.

Αλλαγή ισοζυγίου δαπανών

- **Κόστος προσωπικού και εκπαίδευσης:** ενδέχεται να απαιτείται πρόσληψη νέου προσωπικού και δαπάνες κατάρτισής του στα νέα εργαλεία τα οποία καλείται να χρησιμοποιήσει
- **Κόστος παραγωγής/δημοσίευσης:** μειώνονται τα κόστη εκτύπωσης, ταχυδρόμησης/διανομής αλλά χρειάζονται δαπάνες για την ηλεκτρονική διάθεση μέσω κεντρικών παρόχων πληροφόρησης και την παροχή συναφών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας.

Νέα μοντέλα πώλησης ηλεκτρονικών περιοδικών

Η μετάβαση των δημοσιεύσεων στον ψηφιακό κόσμο αλλάζει δραστικά το τοπίο δημοσίευσης. Είδαμε ότι τα ισοζύγια δαπανών διαφοροποιούνται σημαντικά.

Επιπλέον, ένα ηλεκτρονικό δημοσίευμα μπορεί να αναπαράγεται σε πολλαπλά αντίγραφα, εύκολα και χωρίς κόστος, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε διαφυγόντα κέρδη, επιφέροντας σημαντική ζημία σε εκδότες και συγγραφείς.

Έτσι, κρίνεται αναγκαία η αλλαγή του μοντέλου πωλήσεων (έναντι της συμβατικής, έντυπης δημοσίευσης).

Δημοσίευση απ' ευθείας από τον διαχειριστή του ηλεκτρονικού περιοδικού

Ένας τρόπος διάθεσης και πώλησης είναι ο άμεσος, δηλαδή απ' ευθείας από τον διαχειριστή του ηλεκτρονικού περιοδικού.

Αυτό σημαίνει ότι ο διαχειριστής θα πρέπει να αναλάβει:

- Την διαδικασία της εμπορικής προώθησης του ηλεκτρονικού περιοδικού
- Την διαδικασία της πώλησης (εμπορική συμφωνία)
- Του ελέγχου της πρόσβασης και της διαχείρισης των συνδρομών των πελατών
- Της διαχείρισης των αδειών χρήσης βάσει των οποίων, το υλικό πληροφόρησης, παρέχεται στους συνδρομητές

Ορισμένες απ' αυτές τις εργασίες μπορεί να τις αναλάβει κάποιος συνεργάτης/ατζέντης

Διάφορα μοντέλα πώλησης συνδρομών

Το μοντέλο απόκτησης ενός πακέτου περιοδικών

Όταν ένας φορέας διαθέτει μια πληθώρα ηλεκτρονικών περιοδικών, πολλές φορές μπορεί να προσφέρει "πακέτα" περιοδικών. Έχει φανεί ότι αυτό αυξάνει τις πωλήσεις έναντι των μεμονωμένων συνδρομών και προσελκύει περισσότερους συνδρομητές.

Όταν δεν διατίθεται πληθώρα ηλεκτρονικών περιοδικών, τότε οι διαχειριστές ενός ηλεκτρονικού περιοδικού μπορούν να συνεργάζονται με άλλους, προκειμένου από κοινού να προσφέρουν πακέτα περιοδικών.

Προσφορά της ηλεκτρονικής έκδοσης δωρεάν για τους συνδρομητές έντυπης έκδοσης

Αυτό μπορεί να γίνει σε μόνιμη βάση ή για μια περιορισμένη (χρονικά) περίοδο στο πλαίσιο προώθησης πωλήσεων.

Λειτουργεί ως ένα κίνητρο, για την προσέλκυση νέων συνδρομών. Προϋποθέτει την ύπαρξη ενός συστήματος ελέγχου πρόσβασης.

Η επιπλέον δαπάνη για αυτή την παροχή δεν πρέπει να ενσωματωθεί στο κόστος της έντυπης συνδρομής, καθώς δίνει την αίσθηση ότι οι συνδρομητές πληρώνουν επιπλέον για κάτι το οποίο δεν τους χρειαζόνταν άμεσα.

Διαχωρισμός πωλήσεων ηλεκτρονικής και έντυπης έκδοσης

Εφ' όσον επιλεγεί να διαχωριστεί η πώληση μεταξύ των δύο τύπων εκδόσεων, θα πρέπει η τιμή διάθεσης της ηλεκτρονικής έκδοσης να παραμένει ανταγωνιστική έναντι της έντυπης.

Αφ' ενός, δεν μπορεί να είναι πάρα πολύ χαμηλή (άλλωστε οι συνδρομητές αγοράζουν το ίδιο περιεχόμενο), αφ' ετέρου δεν μπορεί να είναι ισάξιες (αφού το κόστος δημοσίευσης μειώνεται).

Οι εκδότες, συχνά επιλέγουν να κάνουν προσφορές προκειμένου οι πελάτες να αποκτήσουν και τις δύο μορφές δημοσίευσης (όταν διατίθενται παράλληλα).

Διάθεση των ηλεκτρονικών εκδόσεων για ένα μικρό επιπλέον κόστος, στους συνδρομητές έντυπης έκδοσης

Ορισμένοι εκδότες, επιλέγουν να διαθέσουν για ένα σχετικά μικρό επιπλέον κόστος (10-50%) την ηλεκτρονική δημοσίευση, στους συνδρομητές έντυπης δημοσίευσης.

Έτσι, οι συνδρομητές, αποκτούν και το ηλεκτρονικό δημοσίευμα, με τα πλεονεκτήματα που το συνοδεύουν, για ένα επιπλέον κόστος το οποίο όμως είναι μικρότερο αυτού της αρχικής απόκτησης.

Το μοντέλο των μεμονωμένων συνδρομών

Η πλειοψηφία των πωλήσεων ηλεκτρονικών περιοδικών γίνεται προς φορείς πληροφόρησης όπως οι Βιβλιοθήκες και συχνά περιλαμβάνει μια συλλογή περιοδικών. Ωστόσο, οι διαχειριστές και εκδότες ηλεκτρονικών περιοδικών μπορούν να προσφέρουν και μεμονωμένες συνδρομές σε φυσικά πρόσωπα οι μικρότερους φορείς.

Άλλωστε, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών δημοσιευμάτων είναι περισσότερο ελκυστικά και χρήσιμα για τους τελικούς αποδέκτες, παρά για τους φορείς πληροφόρησης.

Ωστόσο, πολλά μεμονωμένα άτομα ενδέχεται να έχουν ήδη πρόσβαση μέσω του φορέα ή περιβάλλοντος εργασίας τους, οπότε η στόχευση μεμονωμένων ατόμων πρέπει να γίνεται προσεκτικά (π.χ. να επιλέγεται μια ομάδα ελεύθερων επαγγελματιών και όχι τα μέλη μιας ακαδημαϊκής κοινότητας).

Ετήσια συνδρομή ή έναρξη συνδρομής οποιαδήποτε χρονική στιγμή

Η συνδρομή για την απόκτηση ενός περιοδικού, μπορεί να παρέχεται σε ετήσια ημερολογιακή βάση ή να ξεκινά οποιαδήποτε χρονική στιγμή (εντός του έτους) επιλέξει ο συνδρομητής.

Κατά την ετήσια συνδρομή, ο συνδρομητής αποκτά πρόσβαση σε όλο το περιεχόμενο το οποίο δημοσιεύεται κατά το έτος σύναψης της εμπορικής συμφωνίας.

Κατά την έναρξη συνδρομής σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, συνήθως ο συνδρομητής αποκτά πρόσβαση στο υλικό το οποίο πρόκειται να γίνει διαθέσιμο κατά τους επόμενους 12 μήνες.

Άδειες χρήσης σε όλη την έκταση της εγκατάστασης του πελάτη (site license)

Φορείς όπως πανεπιστήμια, μεγάλες εταιρείες, νοσοκομεία, κ.α. που αφορούν μια μεγάλη κοινότητα ανθρώπων με ανάγκες πληροφόρησης, συχνά επιθυμούν να διαθέτουν το υλικό πληροφόρησης το οποίο έχουν αποκτήσει και διαχειρίζονται στα μέλη της κοινότητάς τους, ακριβώς στον χώρο εργασίας τους και όχι μόνον σε συγκεκριμένους χώρους (π.χ. στην βιβλιοθήκη).

Αυτό προϋποθέτει την δημιουργία μιας Πολιτικής Χρήσης του υλικού από τα μέλη του Φορέα και την εγκατάσταση ενός συστήματος ελέγχου της πρόσβασης στο διαθέσιμο υλικό.

Σ' αυτές τις περιπτώσεις, η τιμολογιακή πολιτική μπορεί να είναι ιδιαίτερα σύνθετη. Μπορεί να υπάρχει χρέωση ανά πρόσβαση, και η χρέωση αυτή να είναι κλιμακωτή. Εναλλακτικά, μπορεί κανείς να επιτρέψει ορισμένο πλήθος ταυτόχρονων προσβάσεων στο περιοδικό.

Ελεύθερη πρόσβαση (Open Access)

Το εμπορικό κέρδος από την πώληση συνδρομών σε ηλεκτρονικά περιοδικά χρησιμοποιείται για να αποσβέσει τις δαπάνες δημοσίευσης και να συντηρήσει όλον τον απαραίτητο μηχανισμό διάθεσης πληροφορίας.

Ωστόσο, πολλοί θεωρούν ότι για την πληροφόρηση που αποσκοπεί στην μάθηση και την προαγωγή της έρευνας, η πρόσβαση θα πρέπει να είναι ελεύθερη, καθώς η δαπάνη συνδρομών δρα ανασταλτικά στην διάχυση πληροφορίας και γνώσης, η οποία κρίνεται απαραίτητη για την προαγωγή των Επιστημών.

Η ανοικτή πρόσβαση απομακρύνει την ανάγκη για υποδομές και μηχανισμούς ελέγχου της πρόσβασης, μειώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο σημαντικό μέρος του διαχειριστικού κόστους.

Η ανοικτή (ελεύθερη) πρόσβαση σημαίνει ότι οι τελικοί αναγνώστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στο υλικό πληροφόρησης, χωρίς να χρειάζεται να πληρώσουν γι' αυτό.

Καθώς αυτό θα οδηγούσε σε μειώσεις εσόδων για τους εκδοτικούς οίκους και τους συγγραφείς, έχουν προταθεί διάφορα μοντέλα ανοικτής πρόσβασης τα οποία στοχεύουν στο να περιορίσουν αυτή την απώλεια εσόδων.

Το μοντέλο καθυστερημένης ανοικτής πρόσβασης: η πρόσβαση στο υλικό πληροφόρησης καθίσταται ελεύθερη ύστερα από την παρέλευση ορισμένου χρόνου μετά την αρχική δημοσίευση (π.χ. 2 έτη). Αυτό ίσως δεν εξυπηρετεί την προαγωγή έρευνας αλλά εξυπηρετεί τις ανάγκες μάθησης και διδασκαλίας.

Το μοντέλο βραχυχρόνιας ελεύθερης πρόσβασης:

Παρέχεται ένα σύντομο χρονικό διάστημα μετά την δημοσίευση, κατά το οποίο το περιεχόμενο πληροφόρησης παρέχεται ελεύθερα στους αναγνώστες. Ύστερα από την παρέλευση αυτού του χρόνου, το υλικό διατίθεται μόνον έναντι συνδρομής.

Αυτή η πρακτική διευκολύνει την ανάπτυξη και επιτάχυνση έρευνας, καθώς παρέχει άμεσα στους ερευνητές πρόσβαση σε σύγχρονη, επίκαιρη πληροφόρηση.

Εφ' όσον το υλικό πληροφόρησης δεν καθίσταται σύντομα ανεπίκαιρο και εξακολουθεί να υπάρχει ζήτηση γι' αυτό, οι εκδοτικοί οίκοι μπορούν να αποκομίσουν κέρδη από την πώλησή του για αρκετό χρονικό διάστημα μετά την αρχική δημοσίευση.

Το μοντέλο ελεύθερης πρόσβασης σε επιλεγμένο υλικό:

Κατά το μοντέλο αυτό, ορισμένη ύλη του δημοσιευμένου περιοδικού μπορεί να διατίθεται ελεύθερα ενώ για την προσπέλαση στο υπόλοιπο περιεχόμενο εξακολουθεί να απαιτείται η καταβολή συνδρομής.

Το υβριδικό μοντέλο ελεύθερης πρόσβασης:

Ολοένα και περισσότερα ηλεκτρονικά περιοδικά και εκδότες υιοθετούν αυτό το μοντέλο. Αντί να πληρώνει συνδρομή ο τελικός χρήστης, πληρώνει ο δημιουργός (ή ο φορέας για τον οποίο εργάζεται) προκειμένου να δημοσιεύσει στο ηλεκτρονικό περιοδικό. Το έργο του, διατίθεται πλέον ελεύθερα στο αναγνωστικό κοινό.

Για τους συγγραφείς (ή εργοδότες) που θα επιλέξουν να μην καταβάλουν αυτή τη δαπάνη, ο εκδότης (ή πάροχος πληροφόρησης) θα διαθέτει το αντίστοιχο υλικό μέσω συνδρομής.

Το μοντέλο της μερικώς ελεύθερης πρόσβασης:

Κατά το μοντέλο αυτό, μέρος μόνον της δημοσίευσης διατίθεται ελεύθερα. Συνήθως, παρέχεται ελεύθερα το πλήρες κείμενο αλλά για την χρήση επιπλέον υλικού ή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, ο τελικός χρήστης πρέπει να καταβάλει αντίτιμο.

Το μοντέλο αυτό υιοθετούν εκδοτικοί οίκοι για διάφορα περιοδικά του BioMedCentral και του British Medical Central.

Τελικά, ποιος πληρώνει;

Αν δεν πληρώνει ο τελικός χρήστης, τελικά ποιά είναι η πηγή χρηματοδότησης ενός ηλεκτρονικού περιοδικού;

- **Χορηγοί:** συχνά, το κόστος δημοσίευσης αναλαμβάνουν χορηγοί/χρηματοδότες (κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες) προκειμένου να διατίθεται ελεύθερα το υλικό. Συχνά δίνονται κίνητρα γι' αυτό, όπως φοροαπαλλαγές και άλλοτε γίνεται στο πλαίσιο της *Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης*.
- **Οργανισμοί:** πολλές φορές, οργανισμοί χρηματοδοτούν από τον προϋπολογισμό τους την πρόσβαση στο περιεχόμενο ενός ηλεκτρονικού περιοδικού, ιδίως αν αυτό παράγεται από τους ίδιους. Άλλοτε, κοινοφελείς οργανισμοί (π.χ. UNESCO, κ.α.) διαθέτουν τα σχετικά κονδύλια καθώς τέτοιες δράσεις εντάσσονται στον σκοπό λειτουργίας τους.

- **Κυβερνητική χρηματοδότηση:** ορισμένες κυβερνήσεις επιλέγουν να χρηματοδοτήσουν εκείνες την πρόσβαση σε ορισμένα ηλεκτρονικά περιοδικά, προκειμένου να εξυπηρετήσουν μια ομάδα αναγνωστών (π.χ. ερευνητών ή μαθητών)
- **Πληρωμή από τον συγγραφέα:** προκειμένου να δημοσιεύσει κανείς σ' ένα (έγκριτο) περιοδικό, απαιτείται να καταβάλει ο ίδιος ένα αντίμο, ώστε ακολούθως το έργο του να διατίθεται ελεύθερα. Ενίοτε, αντί του συγγραφέα, το αντίτιμο μπορεί να καταβάλεται από τον εργοδότη του (π.χ. το πανεπιστήμιο για το οποίο εργάζεται). Ο συγγραφέας (ή ο φορέας) κερδίζει σε αναγνωρισιμότητα και η δημοσίευση γίνεται περισσότερο ποιοτική και ουσιαστική.

- **Κονδύλια έρευνας:** είναι μια άλλη πηγή χρηματοδότησης, κατά την οποία ένα ποσοστό του προϋπολογισμού που διατίθεται για έρευνα προορίζεται για τα έξοδα δημοσίευσης, ώστε ακολούθως τα αποτελέσματα έρευνας να μπορούν να διατίθενται ελεύθερα.
- **Η βιβλιοθήκη:** συχνά οι εκδότες προτρέπουν τους φορείς πληροφόρησης μεγάλων πελατών (όπως τις ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες) να αναλάβουν μέρος της δαπάνης δημοσίευσης προκειμένου να επιβαρύνονται λιγότερο οι συγγραφείς της κοινότητάς τους με τα έξοδα δημοσίευσης.

Προβληματισμοί σχετικά με τις αδειοδοτήσεις

Σε κάθε διάθεση δημοσιεύματος, ο τελικός χρήστης αποδέχεται ορισμένους περιορισμούς σχετικά με το τι μπορεί και τι δεν μπορεί να κάνει με το δημοσιευμένο υλικό.

Ο κίνδυνος κατάχρησης της άδειας χρήσης του ηλεκτρονικά διαθέσιμου υλικού είναι πολύ μεγαλύτερος για τους εκδότες, καθώς υπάρχει λιγότερος έλεγχος για τον τρόπο που χρησιμοποιείται το υλικό μετά την πώληση και διάθεσή του.

Είναι σημαντικό ο τελικός χρήστης να έχει επίγνωση της άδειας χρήσης και των περιορισμών που αυτή επιβάλλει και να την αποδεχθεί υποχρεωτικά προκειμένου να μπορέσει να αποκτήσει πρόσβαση στο δημοσίευμα.

Είναι εύλογο να παρέχεται η δυνατότητα στους χρήστες να αναζητήσουν, να ανακτήσουν και να εκτυπώσουν άρθρα ενός ηλεκτρονικού περιοδικού. Ωστόσο, μπορούν να τίθενται περιορισμοί στο πλήθος των εκτυπώσεων και μεταφορτώσεων.

Για να αντιμετωπιστούν οι ανάγκες πληροφόρησης και διάθεσης τόσο από την πλευρά των αναγνωστών όσο και των εκδοτικών οίκων ή συγγραφέων, έχει δημιουργηθεί μια πληθώρα διαφορετικών μοντέλων αδειών χρήσης, ώστε κανείς να επιλέξει εκείνη η οποία κρίνεται καταλληλότερη.

Creative Commons

Παρέχει έναν οδηγό για την δημιουργία μιας άδειας ελεύθερης χρήσης. Κατά κανόνα αφήνουν μεγάλο περιθώριο στον τελικό χρήστη για τον τρόπο με τον οποίο αυτός μπορεί να χρησιμοποιήσει το δημοσιευμένο υλικό, προστατεύοντας παράλληλα τα δικαιώματα του δημιουργού. Το είδος της άδειας επιλέγεται και καθορίζεται από τον ίδιο τον δημιουργό.

Για παράδειγμα, μπορεί να επιτρέπεται η διανομή και διακίνηση, εφ' όσον δεν γίνεται εμπορικά (δηλαδή με σκοπό την αποκόμιση χρημάτων) και εφ' όσον αναφέρεται το όνομα του δημιουργού.