



Bożena Bednarek-Michalska

# MODELE BIZNESOWE

otwartego publikowania naukowego

Informator dla polskich wydawców uczelnianych

Toruń 2013

Stowarzyszenie EBIB



Bożena Bednarek-Michalska

# **MODELE BIZNESOWE**

**otwartego publikowania naukowego**  
Informator dla polskich wydawców uczelnianych

Wydawnictwa Zwarte Stowarzyszenia EBIB  
pod red. Bożeny Bednarek-Michalskiej

### **Korekta**

Izabella Milewska-Warta, Sylwia Wołek-Biernat

### **Skład i opracowanie graficzne**

Emanuel Kulczycki

Nie wszystkie prawa zastrzeżone.

Broszura opublikowana na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa-  
-Na tych samych warunkach 3.0](#) (CC BY-SA 3.0).

Publikacja dotowana przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego ze  
strumienia finansowego Działalności Upowszechniającej Naukę



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

### **Wydawca**

Stowarzyszenie EBIB  
Toruń 2013

**ISBN 978-83-63458-02-7**

# SPIS TREŚCI

<b>1.</b>	<b>Wprowadzenie</b>	<b>5</b>
1.1.	Cel poradnika, czyli komu może się przydać	7
1.2.	Publikowanie naukowe, słów kilka o zmianach	7
1.3.	Publikowanie naukowe otwarte	8
1.4.	Stosunek monopolistów wydawniczych do publikowania otwartego	12
<b>2.</b>	<b>Otwarte modele biznesowe dla wydawców naukowych</b>	<b>17</b>
2.1.	Reklama (Advertising)	22
2.2.	Masowa zbiórka (Crowdfunding)	24
2.3.	E-handel (E-commerce)	26
2.4.	Fundusz gwarantowany (Endowments)	28
2.5.	Fundusze pozyskane (Fund-raising)	29
2.6.	Mieszany (Hybrid)	31
2.7.	Wsparcie instytucjonalne (Institutional subsidies)	33
2.8.	Składki członkowskie (Membership dues)	35
2.9.	Druga edycja płatna (Priced editions)	36
2.10.	Opłata za publikację artykułu (Publication fees)	37
2.11.	Opłata za dostarczenie rękopisu (Submission fees)	39

2.12.	Czasowy dostęp (Temporary OA)	40
2.13.	Dodatkowe usługi (Value-added services)	41
2.14.	Wsparcie wolontariuszy (Volunteer effort)	44
<b>3.</b>	<b>Zakończenie</b>	<b>46</b>
	Bibliografia	48
	Spis ilustracji	50
	Biogram autorki	51

# 1

# Wprowadzenie





## 1.1. Cel poradnika, czyli komu może się przydać?

Celem tego informatora jest przedstawienie **nowych biznesowych modeli otwartego publikowania naukowego** oraz kilku przykładów wydawnictw naukowych oraz uczelnianych z Polski i ze świata, które postanowiły się zmierzyć z modelem otwartym. Informator jest przeznaczony dla specyficznej grupy wydawców, działających przy polskich uczelniach, wydawców publicznych, dla których zysk może mieć inny, niekoniecznie komercyjny wymiar. Istotne są tu te wskaźniki, które wpływają na promocję badań czy edukacji danej uczelni oraz jej pracowników.

## 1.2. Publikowanie naukowe, słów kilka o zmianach

Publikowanie naukowe odgrywało zawsze kluczową rolę w upowszechnianiu nauki i prowadzeniu badań, wpływało na innowacyjność świata. Postęp ostatnich lat spowodował zmiany, które dramatycznie eliminują tradycyjne metody i sposoby publikowania oraz dystrybucji wiedzy, radykalnie zmienił się także krajobraz komunikacji naukowej. Większość publikacji naukowych „rodzi się dziś cyfrowo” i jest bardzo szybko upowszechniana przez naukowców, innymi niż do tej pory kanałami, często z pominięciem komercyjnych i uczelnianych wydawców. Kanały te — najczęściej otwarte — wypracowano

budując otwarte fora dyskusyjne, repozytoria i czasopisma, których zawartość znajduje się w Internecie i do której nie ma barier dostępu. Jaka będzie rola wydawców naukowych w czasach przemian? Czy wydawcy w Polsce próbują odpowiedzieć sobie na te pytania?

Proces zmian jest dynamiczny i jak się wydaje, nieuchronny. Jakie modele zwyciężą, zostaną zaadaptowane? Trudno dziś wyrokować, ale dobrze byłoby przyrzeć się ich różnorodności.

## 1.3. Publikowanie naukowe otwarte

Publikowanie naukowe otwarte (open access) oznacza takie, którego efekty w postaci produktów wydawniczych są upowszechniane za darmo szerokiemu gronu odbiorców bez barier technologicznych i prawnych. Model otwartego publikowania odbywa się na zasadach wypracowanych przez Ruch Open Access i przedstawionych w kilku deklaracjach, szczególnie *Deklaracji Berlińskiej*. Mówi ona, że:

*Autor(-rzy) i właściciel(-e) praw autorskich przyznają użytkownikom nieograniczone i nieodwołalne prawo dostępu do zasobów i publiczną licencję na kopiowanie, użycie, dystrybuowanie, transmitowanie i wyświetlanie dzieła, także na wykonanie i dystrybuowanie pochodnej dzieła w dowolnej postaci cyfrowej, dla ważnych celów, które to prawa uzależnione są od dokładnego podania atrybucji dotyczących autorstwa (standardy publiczne będą rozwijane tak, by dostarczały mechanizmów dla właściwego wprowadzania w życie przynależnych autorom praw*

*i odpowiedzialnego ich używania, tak jak to się robi teraz) oraz udzielają prawa do wykonania małej liczby drukowanych kopii dla osobistego użytku.*

*Kompletna wersja pracy i wszystkie dodatkowe materiały wraz z kopią pozwolenia na wyżej wymienione wykorzystanie, w odpowiednim standardowym elektronicznym formacie, jest deponowana (i tym samym publikowana) przynajmniej w jednym z repozytoriów dostępnych on-line, pracujących na platformie technicznej także zgodnej ze standardami (jak w definicji Open Archive), a utrzymywanej i wspieranej przez instytucję akademicką, towarzystwo naukowe, agencję rządową lub inną wiarygodną organizację, która jest w stanie realizować wolny dostęp do wiedzy i nierestrykcyjną dystrybucję z długoterminowym archiwizowaniem<sup>1</sup>.*

Coraz powszechniejsze stosowanie tych zasad w środowisku naukowym spowodowało, że znaczna część prac naukowych zaczęła nowe życie poza dotychczasowymi kanałami publikowania i dystrybucji.

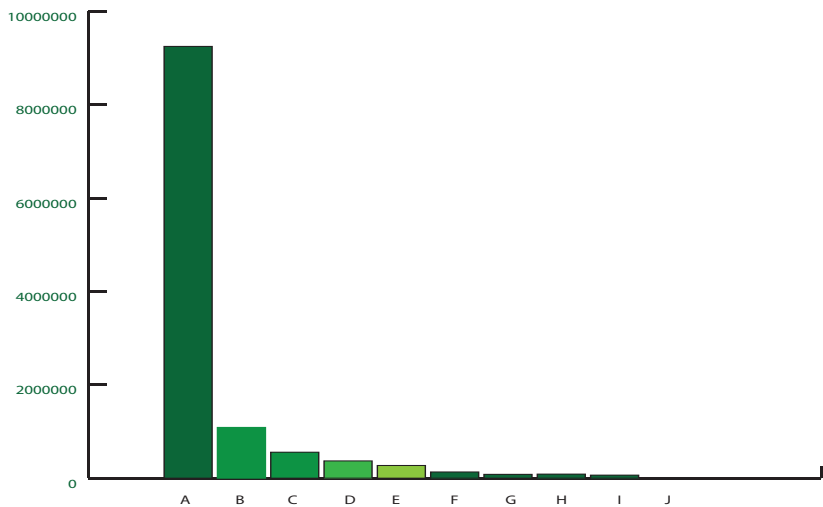
Dlaczego towarzystwa naukowe i uczelnie chętnie dziś implementują modele otwarte? Ponieważ towarzystwa naukowe mają długoletnią tradycję publikowania naukowego i chcą ją utrzymać, a uczelnie, żeby przetrwać muszą być innowacyjne i mieć wpływ na to, co w świecie nauki się dzieje. Im

---

**1** Deklaracja Berlińska w sprawie otwartego dostępu do wiedzy w naukach ścisłych i humanistyce, przekład polski Bożena Bednarek-Michalska. [Dokument elektroniczny]. [dostęp 26 lipca 2013]. Dostępny w: <http://oa.mpg.de/lang/en-uk/berlin-prozess/berliner-erklarung/>.

bardziej są widoczne, tym więcej korzyści z tego mają, także finansowych. Ponadto ich publikacje mogą odnieść znacznie szybciej sukces niż podobne wydawane przez komercyjnych wydawców, wszystko zależy od ich zespołów i jakości treści, a nie od decyzji biznesowych firm prywatnych. Dynamika wzrostu artykułów publikowanych w modelach OA pokazuje, że zjawisko otwierania nauki staje się znaczące.

### Open access works growth by service March 31, 2013 – March 31, 2013



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
9 250 868	1 087 224	556 115	369 788	271 715	132 781	81 780	86 876	65 013	13 962
Base # of documents	Internet Archive Texts	Internet Archive Moving Images (movies)	Internet Archive Audio (recordings)	DOAJ # of articles searchable at article level	Highwire Press # free articles	OASPA CC-BY	arXiv arxiv.org	SSRN Full text papers	Internet Archive Live music archive (concerts)

June 30, 2013. Heather Morrison, *Dramatic Growth of Open Access*. Źródło:

<http://poeticeconomics.blogspot.ca/2013/04/dramatic-growth-of-open-access-3013.html>

Towarzystwa i uczelnie przechodzące do otwartego modelu mają przewagę w tym zakresie, że są blisko twórców, autorów, często będących członkami towarzystwa, które publikuje ich prace. To daje autorowi korzyści, nie tylko zapewnia recenzowanie, ale lepsze zarządzanie procesem wydawniczym,

który jest przyjaźniejszy niż komercyjny. Ponadto kontrola nad przyszłym wykorzystaniem publikacji pozostaje w społeczności akademickiej, a nie jest przekazywana do spółki biznesowej. Odpowiedzialność za przyszłość czasopisma pozostaje w towarzystwie lub na uczelni i nie jest uzależniona od tego, czy spółka handlowa ma chęć nadal wydawać dany tytuł, czy nie, w zależności od poziomu zysków.

Przyczyną bezpośrednią jednak, tych dynamicznych zmian i otwierania zasobów, było nie tylko upowszechnienie się Internetu, stosunek naukowców do starego systemu, ale przede wszystkim nieustannie rosnące ceny czasopism naukowych i baz danych, czyli względy ekonomiczne. Naukowcy przewidywali obniżenie kosztów produkcji, subskrypcji czasopism czy kupna książek, ale tak się nie stało, ceny uparcie rosły.

*Wiele już napisano o przyczynach i efektach wzrostu cen czasopism naukowych. Znany jest raport Association of Research Libraries (ARL), w którym stwierdzono, że średni koszt czasopism z zakresu nauk ścisłych, medycznych i technicznych (STM) wzrósł w latach 1986-2002 o 227%, a wydawnictw zwartych o 75%, podczas gdy ceny towarów konsumpcyjnych wzrosły tylko o 64%. W tym samym okresie w budżetach bibliotek ARL wydatki na zakup czasopism zwiększyły się o 9%, przy jednoczesnym spadku kwot na zakup wydawnictw zwartych o 5%<sup>2</sup>.*

Naukowcy oraz bibliotekarze wzięli więc sprawy w swoje ręce i stworzyli własne modele komunikacyjne, które działają już ponad 20 lat.

---

2 STĘPNIAK, J., Europa wobec wzrostu cen czasopism — warunki zjednoczenia. [dostęp 26 lipca 2013]. Dostępny w: [http://bg.p.lodz.pl/konferencja2004/pelne\\_teksty/stepniak.pdf](http://bg.p.lodz.pl/konferencja2004/pelne_teksty/stepniak.pdf).

## 1.4. Stosunek wydawców światowych do publikowania otwartego

Kiedy naukowcy na początku lat 90-tych<sup>3</sup> zaczęli upowszechniać pierwszych repozytoriach świata i czasopismach naukowych wyniki badań naukowych w modelu open access, na wydawców „padł błąd strach”. Byli przekonani, że zostaną wyeliminowani z rynku publikacji naukowych. Protestowali więc bardzo gwałtownie przywołując argument, że tylko oni są w stanie ze swoim aparatem wydawniczym wypuszczać dobrej jakości prace naukowe. Ostatnich 20 lat zeszło na debatach ku czemu zmierzają naukowcy i wydawcy. Czy są w opozycji wobec siebie, czy może w symbiozie? Efektem tych dyskusji są bardzo różne rozwiązania, inne w sferze publicznej, inne w komercyjnej. Z jednej strony mamy na świecie poważne rządowe decyzje w USA, Wielkiej Brytanii oraz Unii Europejskiej dotyczące wprowadzania modeli open access wszędzie tam, gdzie są inwestowane publiczne pieniądze, a z drugiej propozycje ze strony wydawców, którzy implementują całkiem nowe otwarte modele biznesowe.

Do niedawna panowała wśród nich powszechna opinia, że na otwartym publikowaniu nie da się zarobić. Ale potem, kiedy padały pytania: czy publikowanie naukowe było kiedykolwiek dochodowe? Szczególnie w wydawnictwach uczelnianych? Co rozumiemy przez zysk? Czy tylko korzyści finansowe, czy także korzyści związane z budowaniem prestiżu uczelni? Kto inwestuje

---

**3** Timeline. Open Access Directory. [Dokument elektroniczny]. [dostęp 26 lipca 2013]. Dostępny w: <http://oad.simmons.edu/oadwii/Timeline>.

w naukę, czyimi pieniędzmi obracamy i komu należy się zwrot z inwestycji? Padały konkretne odpowiedzi i formułowano wnioski.

Zwykle w naukę inwestuje się pieniądze publiczne, dlatego należy je traktować ze szczególną troską. Dziś myślenie o niedochodowości publikowania otwartego zastępuje poszukiwania nowych modeli biznesowych, które jednak przynoszą zysk wydawcom komercyjnym czy uczelnianym. Zysk rozumiany szeroko.

Wielkie znane wydawnictwa naukowe takie jak: Elsevier, Emerald, Ebsco, Wiley czy Nature Publishing stanęły wobec nowych wyzwań? Wiele z nich zdecydowało się na eksperymentowanie z modelem open access i sprawdzenie, czy przynosi on zyski i gdzie one są. Oto przykłady:

- ◀ Wiley Open Access <http://www.wileyopenaccess.com>,
- ◀ Springer Open <http://www.springeropen.com>,
- ◀ Elsevier Open Access <http://www.elsevier.com/about/open-access/open-access-options>,
- ◀ Emerald Open Access <http://www.emeraldinsight.com/openaccess.htm>.

Wydawcy polubili szczególnie model opłat od autorów (publications fee). Emerald np. pobiera od autorów opłaty po przyjęciu tekstu do publikacji. Za jeden artykuł trzeba zapłacić około 1600 dolarów.

*When an article is accepted for publication, authors who have indicated they have a mandate will be asked to pay the APC article-processing-charge (currently 1,595 USD or 995 GBP) with VAT added as applicable under UK VAT rules. Payment will be requested in the form of an invoice that can be paid by the author directly or arranged with an appropria-*

*te funding agency or academic institution, depending on the location of those funds<sup>4</sup>.*

Podobnie zaczęły działać wydawnictwa uczelniane, choć każde z nich ma nieco inny model:

- ◀ Oxford University Press <http://www.oxfordjournals.org/oxfordopen/>,
- ◀ University of Tromsø, Septentrio Academic Publishing <http://septentrio.uit.no/>,
- ◀ HighWire Press, Stanford University <http://highwire.stanford.edu/>.

Narodziły się także całkiem nowe wydawnictwa, które funkcjonują już tylko w tej formule, nie wszystkie z nich mają renomę, ale są i takie, które na nią zapracowały, jak Hindawi <http://www.hindawi.com/>.

W roku 2007, kiedy wydawcy zaakceptowali nowe rozwiązania, powstała międzynarodowa organizacja wydawców otwartych The Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) — <http://oaspa.org/>, która grupuje różnych wydawców komercyjnych i uczelnianych, małych i dużych. Ich celem jest opracowanie odpowiednich modeli biznesowych, narzędzi i standardów wspierających nowoczesną komunikację naukową.

Zadania, jakie wyznaczyło sobie Stowarzyszenie są to:

- ◀ Wymiana informacji — forum dyskusyjne dla wymiany doświadczeń.
- ◀ Opracowywanie standardów — promowanie jednolitych definicji open access, najlepszych praktyk z zakresu zarządzania i dystrybucji wiedzy oraz etyki zawodowej.
- ◀ Budowanie zaawansowanych modeli — wspieranie tworzenia nowych modeli biznesowych i wydawniczych.
- ◀ Propagowanie złotej drogi open access — publikowania prac naukowych w czasopismach, tworzenie polityk wspierających ich dostępność.

---

<sup>4</sup> Emerald Open Access. FAQ: [Dokument elektroniczny], [data dostępu 30 czerwca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.emeraldinsight.com/openaccess.htm>.



- ◀ Edukowanie — szkolenia klientów, naukowców na temat korzyści płynących z publikowania naukowego oraz jakie wartości wnoszą do niego wydawcy.
- ◀ Promocja innowacji — wnoszenie wkładu innowacyjności do rozwoju nowych form publikowania i dystrybucji wiedzy oraz innych inicjatyw wpływających na rozwój treści naukowych.

Na stronach Stowarzyszenia można przejrzeć polityki wszystkich wydawców, którzy są jej członkami, sprawdzić, jakie modele biznesowe oraz prawne preferują: <http://oaspa.org/membership/members/>.



## Member Record: Leibniz-Institute for Psychology Information / PsychOpen

<b>Title</b>	Leibniz Institute for Psychology Information / PsychOpen
<b>Class</b>	Professional OA Publisher (Small)
<b>URL</b>	<a href="http://www.zpid.de/en">www.zpid.de/en</a> / <a href="http://www.psychopen.eu">www.psychopen.eu</a>
<b>Owner</b>	PsychOpen is operated by Leibniz-Institute for Psychology Information
<b>Address</b>	Leibniz Institute for Psychology Information, University of Trier, 54286 Trier, Germany
<b>Copyright link</b>	<a href="http://www.psychopen.eu/publish/">http://www.psychopen.eu/publish/</a>
<b>Copyright policy</b>	CC-BY Creative Commons Attribution 3.0 Unported License
<b>Complaint email</b>	<a href="mailto:info@psychopen.eu">info@psychopen.eu</a>
<b>Complaint policy</b>	There is no specific policy on complaints
<b>Publication charge link</b>	No charge
<b>Publication charge policy</b>	PsychOpen is free of charge to authors, editors and readers
<b>OA journals</b>	5
<b>OA articles</b>	115 in 2012
<b>Peer review policy</b>	All submissions to PsychOpen journals have to pass a strict peer reviewing process.

2

Otwarte  
modele  
biznesowe dla  
wydawców  
naukowych

## 2. Otwarte modele biznesowe dla wydawców naukowych<sup>5, 6</sup>



Posiadanie dobrego elastycznego modelu biznesowego dla publikowania naukowego, który będzie pasował do zmieniającego się nieustannie środowiska, w którym przyszło funkcjonować uczelniom, jest bardzo ważne. Powodzenie przedsięwzięcia wydawniczego zależy bardzo od środowiska naukowego. Zmiany są napędzane przez nowe technologie i możliwości, jakie stwarzają ci, którzy finansują publikowanie naukowe.

Model biznesowy to nie tylko model oparty o zysk finansowy, ale to taki model, który czerpie korzyści z wszelkich możliwych stron, by budować wizerunek firmy a pośrednio, korzyści na jakich firmie zależy. Hasło w Wikipedii mówi, że:

---

**5** Open Access Directory. OA journal business models. [Dokument elektroniczny], [Data dostępu 30 czerwca 2013]. Tryb dostępu: [http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA\\_journal\\_business\\_models](http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA_journal_business_models).

**6** Open Access Directory. OA book business models. [Dokument elektroniczny], [Data dostępu 30 czerwca 2013]. Tryb dostępu: [http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA\\_book\\_business\\_model](http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA_book_business_model).

*Model biznesowy jest to przyjęta przez firmę długookresowa metoda na powiększenie i wykorzystanie zasobów w celu przedstawienia klientom oferty przewyższającej ofertę konkurencji, przy jednoczesnym zapewnieniu organizacji dochodowości. Dobry model biznesowy ma na celu uzyskanie, a w późniejszym etapie utrzymanie, przewagi konkurencyjnej. Model biznesowy stanowi jedną z trzech głównych determinantów efektywności gospodarczej (pozostałe to otoczenie i czynniki zmiany)<sup>77</sup>.*

W przypadku instytucji utrzymywanych z pieniędzy publicznych dobry model oznacza nie tylko generowanie zysków, ale także sensowne i efektywne wydawanie publicznych pieniędzy. Strategia działania takiej firmy powinna przewidywać nie tylko pozyskiwanie dodatkowych środków na wzmocnienie publicznego finansowania, ale także umiejętności sprawozdawania, jak publiczne pieniądze są wydawane i czy podatnik ma z tego tytułu korzyści, czy nie postrzega takiej firmy jedynie jako pożeracza pieniędzy, który niczego korzystnego nie wnosi do jego życia. Dlatego strategia powinna przewidywać informowanie o korzyściach, jakie firma przynosi nauce i społeczeństwu.

W modelach open access jako jedną z ważniejszych korzyści podaj się fakt, że produkcja, jaka została wykonana, jest dostępna dla wszystkich bez żadnych ograniczeń — prawnych, ekonomicznych, ale i technicznych, i że może generować pośrednie przychody wynikające z innowacyjności tych, którzy wykorzystują darmowe zasoby wiedzy.

W modelu OA inaczej przepływa pieniądź. Ponieważ nie da się w nim zarobić na sprzedaży publikacji, żeby pokryć koszty produkcji, trzeba zarobić inaczej. Zważywszy na to, że w nauce zwykle jest to pieniądź publiczny, powstaje pytanie, jak ten publiczny pieniądź ma być w takim modelu zago-

---

<sup>7</sup> Model Biznesowy. Wikipedia polska. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 3 lipca 2013]. Tryb dostępu: [http://pl.wikipedia.org/wiki/Model\\_biznesowy](http://pl.wikipedia.org/wiki/Model_biznesowy).

spodarowany. Dobry model zna odpowiedzi na następujące pytania: jakie produkty stworzymy, dla jakiej grupy odbiorców, czy ta grupa ma potencjał finansowy, jakie korzyści będziemy oferować klientom, których nie mają u konkurencji, jak te korzyści osiągniemy (strategia), jak należy kształtować ceny naszych produktów i je dystrybuować. Dla recenzowanego czasopiśma najważniejszymi klientami zazwyczaj są autorzy, czytelnicy, bibliotekarze i reklamodawcy lub sponsorzy. Każda z tych grup docelowych musi być oceniona pod względem potencjalnych możliwości, zdolności do ponoszenia opłat za tytuł, a także komunikowania się z wydawcą i odbierania specjalnych ofert marketingowych.

W każdym z modeli publikowania naukowego ważna jest także analiza kontekstu i otoczenia biznesowego, które się diametralnie zmieniło, jak wspomniałam wcześniej. Przemysł wydawniczy, a szczególnie publikowanie prac naukowych, w ostatnich latach dokonał skoku technologicznego nie tylko w zakresie produkcji czasopism i książek, ale i ich dystrybucji. Spowodowało to zmiany cenowe, a konkretnie poważne obniżenie kosztów we wszystkich obszarach, szczególnie tam, gdzie papier zastąpiono wersją elektroniczną dokumentu, magazyny składowe — na bazy danych a samochody dostawcze — na sieci elektroniczne.

# Przykładowe modele

## 2.1. Reklama (Advertising)

Model oparty o umieszczanie płatnych reklam w książkach czy czasopiśmie skierowanych do konkretnych grup odbiorców. Reklama może znajdować się wewnątrz numeru, jak i na stronach www danego czasopisma oraz wydawcy czy platformie dedykowanej czasopismom. W tym modelu potrzebna jest w wydawnictwie jedna osoba, która pozyskuje reklamodawców, przygotowuje dla nich nowe oferty i negocjuje stawki i ma z nimi stały kontakt. Niektórzy wydawcy korzystają z programu Google AdSense do zamieszczania reklam. Jest to serwis Google, który pozwala zarabiać stronom www przez automatyczne umieszczanie reklam dopasowanych do danej grupy odbiorców. Wydawca niestety nie wie, jakie reklamy pojawią się na jego stronie, mogą one być niedopasowane do profilu czasopisma.

### Przykłady:

- ◀ Wydawnictwo Bookboone: <http://bookboon.com/blog/en/bookboon-com/our-mission-and-concept/>. Jest to duńskie wydawnictwo, które powstało w 1988 r., a od 2005 r. wydaje otwarte książki dla studentów ekonomii i profesjonalistów. Ze 100 tytułów mają obecnie 42 miliony załadowań.
- ◀ British Medical Journal (BMJ) <http://www.bmj.com/>. Czasopismo to jest wydawane przez grupę BMJ Publishing Group Ltd. Ma długoletnią tradycję, sięgającą XIX w. Nie wszystkie teksty są otwarte, ale te otwarte od 2008 r. mają wyraźne oznaczenia. Poza reklamami wydawca od 2010 r. pobiera także dobrowolne opłaty od autorów, jeśli autorzy mają grant na publikację; jeśli nie, artykuł jest publikowany bez opłaty. Przyjęcie tekstu do druku nie jest powiązane z kosztami. Jest to dość nietypowy model.



- ◀ Czasopisma, które umieszczają program Google'a AdSense to np. Priory's On-line Medical Journals <http://www.priory.com/index.html> publikowane przez wydawnictwo londyńskie Priory Lodge Education Ltd.
- ◀ Termedia Wydawnictwa Medyczne i Specjalistyczne z Poznania <http://www.termedia.pl/> ma od lat także portal dla medyków, studentów i pacjentów, który informuje o szeregu usług tej firmy. Firma wydaje 27 czasopism naukowych i branżowych, a także e-booki. Ma wiele usług dodanych poza typowo wydawniczymi, organizuje konferencje, prowadzi portale dziedzinowe, portal dla studentów medycyny i farmacji. Ponieważ firma oprócz zarabiania na usługach ma także dochody z reklam, pozyskała finansowych partnerów strategicznych, to wiele jej czasopism jest dostępnych w modelu otwartym, po zarejestrowaniu się. Wydawnictwo prowadzi także klub Termedicus, którego członkowie mają specjalne przywileje, warunkiem uzyskania dostępu do nich jest rejestracja w systemie Termedii i przyjmowanie ofert reklamowych. Termedia zgłosiła do Directory of Open Access Journals (DOAJ) 11 ze swoich czasopism. Niektóre z nich mają opłaty za druk (Archives of Medical Science), 300 euro za tekst, płatne po akceptacji do druku. Wiele tytułów jednak nie ma opłat.

## Zalety modelu:

- ◀ model sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych,
- ◀ możliwość współpracy z agencjami i domami mediowymi,
- ◀ stosunkowa łatwość pozyskania reklamodawców (w zależności od dyscypliny naukowej),
- ◀ łatwość publikacji reklam kontekstowych na stronach internetowych.

## Wady modelu:

- ◀ możliwość bycia posądzonym o brak obiektywizmu,
- ◀ brak pełnej kontroli nad treścią reklam (reklamy kontekstowe na stronach WWW),

- ◀ zaburzenie szaty graficznej czasopisma,
- ◀ pełna zależność od rynku reklamowego.

## 2.2. Masowa zbiórka (Crowdfunding)

Jest to model, w którym autor zgłasza pomysł i zbiera pieniądze (darowiźny) na jego zrealizowanie, wśród społeczności zainteresowanej projektem naukowym. Dobrze jest znaleźć także firmę zainteresowaną tematem, która wesprze go przed fazą produkcji lub w trakcie jej trwania. Pewne wyniki prac można przedstawić wcześniej i wyjaśnić, dlaczego potrzebne jest dalsze zbieranie pieniędzy. Przedsięwzięcie jest w takim wypadku finansowane poprzez dużą liczbę drobnych, jednorazowych wpłat. Inny rodzaj tego samego modelu polega na tym, że autor pisze, ile konkretnie chce zebrać pieniędzy i jeśli je zbierze, to wypuści utwór na wolnych licencjach dla wszystkich. Są dobre przykłady takiego finansowania, np. książek, które wcześniej znajdują krąg potencjalnych odbiorców. Współuczestniczącym w finansowaniu pracy darczyńcom przysznaje się specjalne warunki dostępu do książki.

### Przykłady:

- ◀ Serwis Kickstarter gromadzi informacje o projektach potrzebujących wsparcia. Na jego stronie można wyszukać projekt według słów kluczowych. Odsyłam do książki zatytułowanej *Cosplay In America*, napisanej przez Ejena Chuanga: <http://www.kickstarter.com/projects/768656140/cosplay-in-america>. W dniu 23 lipca 2013 roku autor miał 307 zwolenników, którzy wpłacili jemu na książkę 15 578 dol., a musiał zebrać 35 000 dol., takie były koszty jej napisania, co zresztą wyjaśnił szczegółowo w serwisie.
- ◀ Bardzo ciekawa jest polska akcja zbierania pieniędzy prowadzona przez Izabelę Gardocką z Nowego Jorku na organizację festiwalu polskich filmów „New York Polish Film Festival”: <http://www.kickstarter.com/projects/893169577/new-york-polish-film-festival>. Projektodawczyni udało się zebrać kwotę 2924 dol. — nawet nieco więcej niż skalkulowała.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Możliwość pozyskania nowych czytelników.
- ◀ Zwolennicy projektu nie ponoszą dużych nakładów, każda kwota jest do przyjęcia.
- ◀ Możliwość sprawdzenia całkiem nowego, innowacyjnego sposobu finansowania przedsięwzięć.
- ◀ Technologicznie stosunkowa łatwość pozyskania pieniędzy.
- ◀ Transparentność układu finansujący – finansowany.

## Wady modelu:

- ◀ Model nie jest sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Konieczność wprowadzenia nowych technologii do wydawnictwa.
- ◀ Konieczność zmiany podejścia do pozyskiwania pieniędzy, co może budzić niepewność u pracowników wydawnictwa.
- ◀ Model bardziej przydatny dla jednorazowego i spektakularnego przedsięwzięcia niż cyklicznego.
- ◀ Pełna zależność od ofiarodawców.



## 2.3. E-handel (E-commerce)

Jest to model, w którym firma komercyjna oferuje sprzedaż produktów dodatkowych konkretnej grupie docelowej. Przygotowuje czasopisma do publikacji, upowszechnia je, promuje, ale pobiera opłaty tylko za usługi informatyczne czy redakcyjne od instytucji, które zdecydowały się firmie powierzyć swoje czasopisma. Może pobierać także opłaty za inne produkty nakierowane na tę grupę odbiorców, ale sprzedawane przez sklep internetowy.

### Przykłady

- ◀ Via Medica jest polskim wydawnictwem z Gdańska, współpracującym od lat 90. ze środowiskiem medycznym i farmaceutycznym. Ma szereg usług dodanych dla obu środowisk, na których zarabia i dlatego może sobie pozwolić na drukowanie wielu tytułów czasopism medycznych, a niektóre z treści (artykuły, filmy, książki) udostępniać w modelu otwartym. Jedynym warunkiem dostępu do nich jest zarejestrowanie się w systemie. Lekarze mają największe uprawnienia dostępu. Via Medica nie zgłosiła żadnego czasopisma na listę DOAJ, choć wydaje ich 40 i ma także całkowicie otwarte czasopisma, takie jak np. *Advances in Palliative Medicine* <http://czasopisma.viamedica.pl/apm/about/editorialPolicies#stom-0> "Advances in Palliative Medicine". Dostęp do niego jest bez logowania i bez rejestracji. Dla niektórych tytułów firma pozyskała dofinansowanie z MNiSW, np. *Acta Angiologica* — oficjalne pismo Polskiego Towarzystwa Angiologicznego oraz Polskiego Towarzystwa Chirurgii Naczyniowej.

#### Oto usługi, jakie wydawca świadczy:

- ◀ konferencje, zjazdy i szkolenia — organizacja oraz kompleksowa obsługa konferencji o różnej skali, począwszy od małych spotkań warsztatowych, aż po duże zjazdy i konferencje skupiające kilka tysięcy uczestników,

- ◀ czasopisma — wydaje kilkadziesiąt specjalistycznych periodyków z różnych dziedzin medycyny — kompleksowe opracowanie wydawnicze i druk,
- ◀ książki — głównie o tematyce medycznej autorów polskich i zagranicznych skierowane do lekarzy (pierwszego kontaktu lub specjalistów), a także do pacjentów — kompleksowe opracowanie wydawnicze i druk,
- ◀ produkty multimedialne — nagrywa i upowszechnia wykłady z konferencji dostępne on-line (webcasty), tworzy serwisy towarzystw, programy edukacyjne, czasopisma w wersji elektronicznej, e-commerce — projektowanie oraz obsługa bieżąca, płyty DVD i CD,
- ◀ TVmed — multimedialna platforma wiedzy medycznej <http://www.tvmed.pl> — jest to najnowszy projekt wydawcy, dostarcza profesjonalną wiedzę za pośrednictwem multimedialnej platformy.

*Umożliwia ona użytkownikom udział w konferencjach on-line oraz zapoznawanie się z treściami różnorodnych publikacji o tematyce medycznej. Są wśród nich artykuły, wykłady, wywiady ze specjalistami i uznanymi autorytetami medycznymi, nagrania z konferencji dydaktycznych i naukowych, prezentacje konferencyjne i wiele innych materiałów dostępnych w formie plików wideo, audio bądź tekstowych, które można przeglądać on-line lub instalować na swoim komputerze. TVmed oferuje nowe i archiwalne artykuły z prawie 40 czasopism medycznych oraz na bieżąco uzupełniane materiały z odbywających się corocznie około 70 konferencji naukowych z dziedziny medycyny. Większość treści jest dostępna bezpłatnie. Z materiałów odpłatnych można korzystać, wnosząc niewielką, jednorazową lub abonamentową, opłatę [cytat ze strony opisu platformy <http://www.viamedica.pl/produkty/tvmed>].*

- ◀ Innym przykładem z zagranicy jest czasopismo *Journal of Virtual Worlds Research* <http://jvwresearch.org/>, które sprzedaje przez internetowy sklep CafePress <http://www.cafepress.com/jvwr> swoje produkty (ubrania, gadzety piśmiennicze i inne), specjalnie zamówione dla czasopisma.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model jest już sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Możliwość poszerzenia zakresu współpracy z donatorami.
- ◀ Możliwość wprowadzania innowacyjnych produktów w firmie.
- ◀ Stosunkowa łatwość opierania się wzorcach (wiele jest nowych usług na rynku internetowym).
- ◀ Przyszłościowy model – w zmiennych czasach, zmienność usług będzie pożądana.
- ◀ Możliwość dostosowania indywidualnej oferty dla klienta.
- ◀ Dywersyfikacja przychodów, która zabezpiecza firmę.

## Wady modelu:

- ◀ Nieustająca czujność technologiczna – nastawienia na zmiany budzi niepewność.
- ◀ Wielokierunkowość działania firmy wymagająca różnych kompetencji.
- ◀ Kosztochłonność przy wprowadzaniu niesprawdzonych innowacji.
- ◀ Zależność od technologii e-commerce.
- ◀ Konieczność współpracy z podmiotami zewnętrznymi.

## 2.4. Fundusz gwarantowany (Endowments)

Jest to model oparty na tworzeniu żelaznego funduszu na określony cel, w tym przypadku, promocję badań danej instytucji. Z tych pieniędzy finansuje się czasopisma otwarte.

### Przykład:

- ◀ Max Planck Society — towarzystwo to od lat jest współtwórcą modeli open access i ma wypracowaną konkretną politykę wspierania publi-

kacji wszystkich swoich pracowników i członków tak, by publikowali w modelu otwartym. Mogą oni upowszechniać swoje prace naukowe nie tylko w repozytorium eDoc <http://edoc.mpg.de/>, które zbudowali, ale od 1998 r. Max Planck Society publikuje wiele czasopism otwartych, w których można publikować artykuły. Są one dostępne w portalu: Living Reviews Journal Portal <http://www.livingreviews.org/>. Nie ma w nich żadnych opłat związanych z publikowaniem. Towarzystwo ma także specjalny, wydzielony fundusz na otwarte publikowanie u innych wydawców. Podpisało szereg umów z wydawcami komercyjnymi na jednorazową opłatę, dzięki czemu naukowcy z instytutów Maxa Plancka nie muszą negocjować przy każdym tekście. Pełna lista wydawców, z którymi podpisano umowy, znajduje się na stronie: [http://www.mpd.l.mpg.de/services/scip\\_content\\_oacontracts\\_de](http://www.mpd.l.mpg.de/services/scip_content_oacontracts_de).

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Stabilność finansowania.
- ◀ Pełna kontrola nad procesem wydawniczym i finansowym.
- ◀ Wsparcie dla publikowania otwartego w różnych wydawnictwach.

## Wady modelu:

- ◀ Konieczność zabezpieczenia kwot w budżecie rocznym.

## 2.5. Fundusze pozyskane (Fund-raising)

Model ten opiera się na pozyskiwaniu darów, dotacji, grantów na utrzymanie czasopisma ze źródeł zewnętrznych. Pozyskiwanie może odbywać się dwukanałowo zarówno przez wydawcę, jak i autorów. Często jest tak, że wydawcy zamieszczają na swoich stronach prośbę o wsparcie w każdej formie wyjaśniając, jak można to zrobić.

## Przykłady

- ◀ Public Library of Science — znany amerykański niekomercyjny wydawca przygotował stronę zatytułowaną Support us! <http://www.plos.org/support-us/> ułatwiającą darczyńcom przelewanie nawet drobnych kwot w sposób prosty i automatyczny dzięki systemom takim jak: PayPal czy Google Checkout.
- ◀ Taki model stosuje także czasopismo: *Americana: The Journal of American Popular Culture, 1900 to Present*: [http://www.american-popularculture.com/journal/endowment\\_fund.htm](http://www.american-popularculture.com/journal/endowment_fund.htm) wydawane przez Americana: The Institute for the Study of American Popular Culture.
- ◀ W Polsce bardzo wiele czasopism naukowych pozyskuje granty z MNiSW i inne na publikowanie. Przykładem jest: czasopismo *Ekonomia i Środowisko* (Journal Economics and Environment): <http://www.fe.org.pl/index.php?page=czasopismo-ekonomia-i-srodowisko>, wydawane przez Fundację Ekonomistów Środowiska i Zasobów Naturalnych oraz Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko.

Przy takim modelu warto mieć w swoim wydawnictwie pełną listę instytucji, które dysponują funduszami na publikowanie, tak jak prezentuje to wydawnictwo BioMed Central: <http://www.biomedcentral.com/about/apcfaq/grants>. Lista ta jest podpowiedzią nie tylko dla wydawcy, ale przede wszystkim dla autorów.





## Zalety tego modelu:

- ◀ Model sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Możliwość współpracy z agencjami dotacyjnymi.
- ◀ Łatwość pozyskania pieniędzy od autorów, którzy dostali granty.

## Wady modelu:

- ◀ Pełna zależność od dotacji.
- ◀ Stała konieczność pisania wniosków bez pewności pozyskania środków.
- ◀ Kontrola rynku grantowego.
- ◀ Zmienność polityki finansowej grantodawców.

## 2.6. Mieszany (Hybrid)

Model mieszany opiera się na częściowej otwartości dla tych publikacji, które zostaną opłacone przez autora. Jeśli nie zbierze się opłat za pojedynczy artykuł lub za całe czasopismo, pozostają one zamknięte i są sprzedawane, zwykle w pakietach subskrypcyjnych dla bibliotek.

Wielu dużych wydawców stosuje, publikując czasopisma, modele mieszane. Większość jest klasycznie płatna, ale coraz częściej mają ofertę otwartą i starają się publikować albo pojedyncze artykuły, albo całe tytuły w modelu open access.

## Przykład:

- ◀ Wydawnictwo SAGE ma od 2010 r. taki hybrydowy model i platformę dla czasopism otwartych Sage Open <http://sgo.sagepub.com/>, w której koszty są pokrywane z opłat autorskich, po akceptacji tekstu do druku. Opłata wynosi obecnie 994 dol. za każdy opublikowany artykuł. Autorzy, którzy nie mają środków na pokrycie opłaty, mogą

negocjować. SAGE ma także drugą usługę Sage Choice <http://www.uk.sagepub.com/sagechoice.sp>, w której pobiera opłaty za publikowanie pojedynczych tekstów w czasopiśmie zamkniętym: kosztuje to 3000 dol/1600 funt. brytyjskich za jeden tekst, jeśli chodzi o nauki ścisłe i medyczne oraz 1500/800 za humanistyczne.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model bardzo elastyczny i bezpieczny, bo pozwala na stosowanie zarówno otwartego, jak i zamkniętego modelu.
- ◀ Model sprawdzony i szeroko stosowany.
- ◀ Łatwość pozyskania pieniędzy od autorów, którzy dostali granty.
- ◀ Stabilność przychodów.



## Wady modelu:

- ◀ Niekorzystny dostęp dla czytelnika - czasem w jednym tytule jeden tekst jest otwarty, inny zamknięty.
- ◀ Zmienność dostępności – brak trwałości modelu w obrębie tytułu czy serii.
- ◀ Konieczność nieustannych negocjacji cenowych.

## 2.7. Wsparcie instytucjonalne (Institutional subsidies)

Ten model opiera się o instytucję, która finansuje publikacje czasopism w sposób pełen lub częściowy, bezpośredni, lub pośredni, przez zatrudnienie pracowników, użyczenie sprzętu czy miejsca dla redakcji. Jest zwykle stosowany na uczelniach oraz w towarzystwach naukowych.

### Przykład:

- ◀ Wydawnictwo UMK od roku 2013 ma oficjalną politykę open access w sprawie publikowania tytułów czasopism własnych. Polityka jest wyrażona w Zarządzeniu nr 1 Rektora Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu z dnia 4 stycznia 2013 r. w sprawie zasad finansowania działalności wydawniczej oraz cyfrowej Platformy Czasopism Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, w §8 czytamy:
  - ◀ *W celu zwiększenia zasięgu czytelnictwa, liczby cytowań oraz nowoczesnej wymiany treści naukowych publikowanych w czasopismach wydawanych przez UMK powołuje się cyfrową Platformę Czasopism UMK, zwaną dalej „Platformą”.*
  - ◀ *Publikowanie na Platformie jest bezpłatne, a dystrybucja treści następuje w systemie Open Access na zasadach licencji niewyłącznej Creative Commons (CC BY-ND 3.0).*
  - ◀ *Po upływie dwóch lat od dnia wejścia w życie niniejszego zarządzenia wszystkie publikowane dotąd w formie drukowanej czaso-*

*pisma będą publikowane w wersji cyfrowej, a w wyjątkowych przypadkach w wersji cyfrowej i drukowanej.*

- ◀ *Właścicielem Platformy oraz wszystkich publikowanych na niej czasopism, a także wydawcą jest Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.*
- ◀ *Za treści oraz prace związane z publikacją na Platformie odpowiedzialna jest redakcja czasopisma, a w szczególności jego redaktor naczelny, chyba że merytoryczną oraz językową redakcję czasopisma zlecono Wydawnictwu Naukowemu UMK.*
- ◀ *Za utrzymanie oraz działanie Platformy odpowiedzialne jest Wydawnictwo Naukowe UMK. Nad całością procesów technicznych związanych z publikowaniem na Platformie pieczę sprawuje koordynator do spraw czasopism elektronicznych.*
- ◀ *Środki na działalność redakcji czasopism oraz przygotowania do publikacji na Platformie pochodzą ze źródeł wskazanych w §2 ust. 2 i nie są objęte limitami, o których mowa w §3 ust. 1.*

Platforma czasopism działa i jest widoczna ze strony <http://wydawnictwo-umk.pl/czasopisma/>.

Do publikacji czasopism zastosowano znany na świecie Open Journals System, mający ponad 11 tysięcy implementacji, w tym kilka w Polsce.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Stabilność finansowania i publikowania.
- ◀ Pełna kontrola nad procesem wydawniczym i finansowym.
- ◀ Pełna własność tytułów.
- ◀ Duży wpływ na zakres upowszechniania i promocję własnej produkcji naukowej.
- ◀ Korzystny dostęp dla czytelników.
- ◀ Dobre wykorzystanie środków publicznych, jeśli instytucja się o nie opiera.

## Wady modelu:

- ◀ Konieczność zabezpieczenia dużych kwot w budżecie rocznym.
- ◀ Konieczność utrzymywania zespołu wydawniczego.
- ◀ Stabilizacja, która często zabija innowacyjność i rodzi opory wobec zmian.
- ◀ Nieelastyczność systemu.

## 2.8. Składki członkowskie (Membership dues)

Jest to model oparty o składki członkowskie gromadzone przez fundacje czy towarzystwa naukowe, przez to jest mu oczywiście blisko do modelu instytucjonalnego finansowania. Wiele towarzystw naukowych, w tym także polskich, samodzielnie utrzymuje swoje czasopisma, finansując je ze składek członkowskich i innych źródeł finansowania.

Peter Suber opublikował w 2011 r. w swoim newsletterze <http://legacy.earlham.edu/~peters/fos/newsletter/12-02-11.htm#societies> informację zatytułowaną *Open access journals from society publishers*, według której ponad 530 towarzystw na świecie publikuje 616 otwartych czasopism. Dziś ta liczba jest z pewnością większa. Modele biznesowe tych czasopism są bardzo różne, zwykle mieszane, a pieniądze pochodzą z różnych źródeł, z pewnością zaś część ze składki członkowskiej.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Pełna kontrola nad procesem wydawniczym i finansowym.
- ◀ Pełna własność tytułów.
- ◀ Duży wpływ na zakres upowszechniania i promocję własnej produkcji naukowej.
- ◀ Korzystny dostęp dla czytelników.

## Wady modelu:

- ◀ Konieczność zabezpieczenia kwot w budżecie rocznym.
- ◀ Konieczność pozyskiwania dofinansowania dodatkowego w przypadku małych składek.
- ◀ Stabilizacja, która często zabija innowacyjność i rodzi opory wobec zmian.
- ◀ Konieczność pozyskiwania nowych członków i składek.

## 2.9. Druga edycja płatna (Priced editions)

Jest to model dla tych wydawców, którzy jedną z edycji sprzedają, a do innej dają wolny dostęp. Darmowy dostęp może być uboższy niż płatny, który zwykle zawiera jakieś dodatkowe korzyści.

### Przykład:

- ◀ Polskie Towarzystwo Pedagogiczne wspólnie z Dolnośląską Szkołą Wyższą jest współwydawcą czasopisma „Forum Oświatowe”. Czasopismo pobiera opłaty tylko za wersję drukowaną. Pełne treści od numeru 2/2012 dostępne są on-line. Wydawca pracuje nad aneksowaniem umów prawnoautorskich, aby udostępnić starsze numery czasopisma na platformie OJS: <http://forumoswiatowe.pl/index.php/czasopismo>. Czasopismo finansowane jest z budżetu uczelni. Część prac realizowana jest w formie wolontariatu (redakcja czasopisma — w tym redaktor naczelny i jego zastępca, sekretarz, redaktor bibliograficzny, redaktor statystyczny i językowy — pracuje nieodpłatnie). Płaci się zewnętrznemu wykonawcy za profesjonalny skład oraz administrowanie OJS. Można więc przyjąć, że czasopismo jest częściowo dotowane, częściowo zarabia na edycjach drukowanych, a dodatkowo prowadzone jest dzięki wolontariatowi pracowników uczelni. Jest to rzadkie wśród polskich wydawnictw, że znajduje się w bazie Sherpa/Romeo ze swoją polityką open access (poza nim w bazie można także znaleźć Polską Akademię Nauk).

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model bardzo elastyczny i bezpieczny, bo pozwala na stosowanie zarówno otwartego, jak i zamkniętego modelu.
- ◀ Czytelnik ma wybór, płaci tylko wówczas, kiedy chce mieć wersję drukowaną.
- ◀ Możliwość pozyskania nowych czytelników i grup docelowych.
- ◀ Model sprawdzony i szeroko stosowany.
- ◀ Możliwość pozyskania przychodów zarówno z opłat, jak i sprzedaży.

## Wady modelu:

- ◀ Konieczność przygotowania oferty dodatkowej dla klientów płacących.
- ◀ Konieczność współpracy z drukarnią.
- ◀ Trzeba się liczyć z mniejszymi zarobkami przy płatnej edycji.

## 2.10. Opłata za publikację artykułu (Publication fees)

Jest to model, w którym autorzy wnoszą opłaty po akceptacji artykułu do publikacji, są to opłaty pokrywające koszty produkcji publikacji i recenzowania. Zwykle opłat tych nie ponosi autor z własnej kieszeni, a z grantów, dotacji rządowych czy instytucjonalnych. W Polsce mamy pieniądze na takie opłaty przydzielane przez MNiSW.

### Przykład:

- ◀ SpringerOpen — opiera swój model o zasadę APC (article-processing-charge). Zamiast obciążać czytelnika płatnością, przenosi koszty na zgłaszającego autora. Opłata obejmuje cały koszt procesu publikowania: recenzowanie, edytowanie, publikowanie, utrzymanie i archiwizację oraz natychmiastowy dostęp do pełnej wersji tekstu artykułu.

Wydawca odstępuje od opłaty w wypadku autorów z krajów biednych. Polityka ta polega na refinansowaniu kosztów ze specjalnego funduszu <http://www.springeropen.com/authors/oawaiverfund>, na stronach internetowych są wymienione kraje zwolnione z opłat. Autorzy, którzy należą do instytucji członkowskich programu SpringerOpen, mają nie tylko obniżone opłaty, ale i dodatkowe usługi, np. przesyłanie postprintów do ich własnych repozytoriów instytucjonalnych. Z Polski są obecnie w tym projekcie dwie instytucje członkowskie: International Hereditary Cancer Center <http://www.springeropen.com/inst/219120> ze Szczecina oraz International Institute of Molecular and Cell Biology <http://www.springeropen.com/inst/64911> z Warszawy. Należy także pamiętać, że od dwóch lat MNiSW opłaca publikowanie w czasopiśmie Springera wszystkim chętnym polskim autorom, zatem nie ma przeszkód, by zgłaszać polskie teksty do wydawanych przez nich tytułów, a jest ich ponad 300.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model sprawdzony i szeroko stosowany.
- ◀ Łatwość pozyskania pieniędzy od autorów, którzy dostali granty.
- ◀ Możliwość wprowadzania zniżek i wyjątków dla krajów rozwijających się.

## Wady modelu:

- ◀ Trudność w pozyskiwaniu autorów, którzy nie mają funduszy na opłacenie kosztów.
- ◀ Konieczność zmiany podejścia do pozyskiwania pieniędzy, co może budzić niepewność u pracowników wydawnictwa.
- ◀ Pełna zależność od możliwości finansowych autorów, która może prowadzić do zależności merytorycznej.



## 2.11. Opłata za dostarczenie rękopisu (Submission fees)

Jest to model różniący się nieco od poprzedniego, w którym też autor (jego instytucja) płaci za artykuł, ale nie po akceptacji tekstu do druku, pokrywając koszty produkcji czy recenzji, a przed akceptacją. Opłata w związku z tym jest mniejsza dla pojedynczego autora, ponieważ dotyczy większej liczby osób.

### Przykład:

- ◀ Czasopismo towarzystwa American Society for Clinical Investigation (ASCI), mające długoletnią tradycję ukazywania się, wychodzące od roku 1924, Journal of Clinical Investigation pobiera od autorów opłatę 75 dol. za samo przesłanie artykułu do redakcji: <http://www.jci.org/kiosk/publish>. Nie jest to powiązane z przyjęciem go do druku oczywiście. Opłata ta zwykle nie jest refundowana, ale są takie czasopisma, które to robią dla biedniejszych krajów. Więcej informacji o tym modelu w: Report on Submission fees, opublikowanym przez Knowledge Exchange: <http://www.knowledge-exchange.info/Default.aspx?ID=413>.

### Zalety tego modelu:

- ◀ Możliwość pozyskiwania kwot od szerszego grona zainteresowanych autorów, ponieważ opłaty są stosunkowo małe.
- ◀ Możliwość wprowadzania zniżek i wyjątków dla krajów rozwijających się.

### Wady modelu:

- ◀ Konieczność zmiany podejścia do pozyskiwania pieniędzy, co może budzić niepewność u pracowników wydawnictwa.

- ◀ Model nie jest sprawdzony, dopiero w trakcie eksperymentów.
- ◀ Trudność w pozyskiwaniu opłat od tych autorów, którzy niepewni publikacji mogą nie chcieć ponosić bezzwrotnych nakładów na czasopismo.
- ◀ Pełna zależność od możliwości finansowych autorów.

## 2.12. Czasowy dostęp (Temporary OA)

Jest to model, w którym wydawca decyduje się na czasowe udostępnienie czasopisma, np. przez 2 miesiące, po takim terminie czasopismo znów staje się zamknięte i jest sprzedawane w pakietach. Jest to dość standardowe zachowanie wydawcy raczej promocyjne, niż otwierające naukę.

### Przykłady:

- ◀ Wydawnictwo **Emerald** ma program, w którym niektóre artykuły czy czasopisma czasowo otwiera:
  - ◀ „**New launch**” journals: jest to propozycja dostępu do nowych tytułów na 3 miesiące.
  - ◀ **Research in the News**: w tym przypadku mamy do czynienia z 3 artykułami czy fragmentami z książek na temat ważnych odkryć naukowych.
- ◀ Czasopismo wydawcy International Union of Crystallography zatytułowane **Acta Crystallographica Section A. Foundations of Crystallography** – ma podświetlone specjalnie artykuły, co oznacza, że jest do nich dostęp czasowy (temporary access).

### Zalety tego modelu:

- ◀ Model bardzo elastyczny i bezpieczny, bo pozwala na stosowanie zarówno otwartego, jak i zamkniętego systemu dostępu.

- ◀ Model sprawdzony i szeroko stosowany w przeszłości (dostęp testowy).
- ◀ Promocja wybranych treści w świecie nauki.

### Wady modelu:

- ◀ Niekorzystny dostęp dla czytelnika - czasem w jednym tytule jeden tekst jest otwarty, inny zamknięty.
- ◀ Zmienność dostępności – brak trwałości modelu w obrębie tytułu czy serii.
- ◀ Brak rozwoju w kierunku nowych modeli, konserwacja zastanych procedur.

## 2.13. Dodatkowe usługi (Value-added Services)

Jest to model, w którym czasopismo jest upowszechniane w Internecie bezpłatnie, a wydawcy komercyjni dostarczają dodatkowych płatnych usług, np. serwisy informacyjne naukowe z danej dziedziny, które informują o najnowszych publikacjach, projektach, dają dostęp do profili indywidualnych, w których są narzędzia wspomagające pracę badawczą, organizują indeksowanie w konkretnych bazach danych, wsparcie dla bibliotek i inne. W modelu tym mogą być sprzedawane dodatkowe publikacje czy materiały dydaktyczne.

### Przykład:

- ◀ Dobrym przykładem jest międzynarodowe — działające w Polsce — wydawnictwo Versita, które jest częścią grupy De Gruyter. Na swoich stronach informuje o modelach publikowania OA: <http://versita.com/about-us/>. Stosowany jest model mieszany, w którym za publikację

płaci albo autor, albo instytucja i mają w związku z tym usługi dodatkowe: informatyczne, marketingowe i wydawnicze.

Versita oferuje pełne usługi wydawnicze, które dokładnie przedstawia na swoich stronach:

- ◀ Journal or Series Owner
- ◀ Journal or Series Editor
- ◀ Journal Author
- ◀ Book Publisher
- ◀ Book Author

W pierwszym modelu wydawnictwo wydaje czasopismo dla jego właściciela, który pokrywa wszystkie koszty jego wydawania. W tym modelu ani czytelnik nie płaci za dostęp do treści, ani autor nie płaci za opublikowanie tekstu. Właściciel może wybrać sobie z pakietu te usługi, które pasują do jego instytucji i czasopisma oraz budżetu.

**Pakiet podstawowy obejmuje:**

- ◀ tworzenie zwykłej strony internetowej czasopisma;
- ◀ dystrybucję do bibliotek; autoryzację IP komputerów;
- ◀ wsparcie dla bibliotekarzy (FAQ, e-mail);
- ◀ załatwienie i przydział DOI; dystrybucję metadanych do CrossRef;
- ◀ organizację indeksowania w bazach indeksujących i abstraktowych;
- ◀ współpracę czasopisma z repozytoriami pełnotekstowymi;
- ◀ współpracę czasopisma z listami i katalogami czasopism;
- ◀ długoterminowe usługi zabezpieczające (np. Portico);
- ◀ indeksowanie przez Google i inne wyszukiwarki;
- ◀ przygotowanie aplikacji do Medline;
- ◀ przygotowanie aplikacji do Thomson Scientific;
- ◀ poradnictwo, jak poprawić cytowalność i inne wskaźniki wpływu;
- ◀ statystyki użytkowania.

Versita ma także dodatkowe usługi wydawnicze i marketingowe, a zatem szeroki wachlarz, który pozwala jej na różnicowanie kosztów w zależności od możliwości właścicieli danych tytułów. Opłata Versity dla pakietu podstawo-

wego obliczana jest na podstawie liczby publikowanych artykułów. Dodatkowe usługi są wyceniane oddzielnie.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model jest już sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Możliwość poszerzenia zakresu współpracy z donatorami.
- ◀ Możliwość wprowadzania innowacyjnych produktów w firmie.
- ◀ Stosunkowa łatwość opierania się wzorcach (wiele jest nowych usług na rynku internetowym).
- ◀ Przyszłościowy model – w zmiennych czasach, zmienność usług będzie pożądana.
- ◀ Możliwość dostosowania indywidualnej oferty dla klienta.
- ◀ Dywersyfikacja przychodów, która zabezpiecza firmę na przyszłość.



## Wady modelu:

- ◀ Nieustająca czujność technologiczna – nastawienia na zmiany budzi niepewność.
- ◀ Wielokierunkowość działania firmy wymagająca różnych kompetencji.
- ◀ Kosztochłonność przy wprowadzaniu niesprawdzonych innowacji.
- ◀ Zależność od technologii komputerowych.
- ◀ Konieczność współpracy z podmiotami zewnętrznymi.
- ◀ Konieczność zatrudnienia fachowców z branży marketingowej i komputerowej.

## 2.14. Wsparcie wolontariuszy (Volunteer effort)

Model oparty o pracę wolontariuszy częściową lub w pełnym zakresie. Praca społeczna na rzecz czasopisma naukowego jest częstym zjawiskiem, choć nieczęsto przelicza się pracę wolontariuszy na pieniądze. Pracownicy otrzymujący pensję w instytucji naukowej często decydują się na współpracę w zespole redagującym dobre czasopismo naukowe. Mogą sobie potem taką pracę wpisać do CV, oceny naukowej czy podnieść własny prestiż zawodowy.

### Przykład:

- ◀ Przykładem tak działającego modelu jest publikowanie czasopisma i druków zwartych przez Stowarzyszenie EBIB. Ma ono od lat grupę ponad 20 wolontariuszy (jest to zespół bibliotekarzy z różnych ośrodków akademickich w Polsce — w miarę stały), którzy nie są opłacanymi pracownikami, a wydają czasopismo Biuletyn EBIB <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib> od 1999 r. Czasem Stowarzyszenie pozyskuje sponsorów, czasem dotację, czasem reklamodawcę, ale to nie jest zjawisko częste. Wartością dla bibliotekarzy jest to, że robią to, co

lubią, są innowacyjni, publikacje z EBIB mają wiele cytowań, są rozpoznawani i cieszą się dobrą reputacją w swoim środowisku zawodowym oraz naukowym.

## Zalety tego modelu:

- ◀ Model jest już sprawdzony na rynku czasopism profesjonalnych.
- ◀ Możliwość poszerzenia zakresu współpracy z entuzjastami danej dziedziny naukowej.
- ◀ Brak stresu związanego z poszukiwaniem funduszy.
- ◀ Swoboda organizacyjna i wolność decyzyjna.

## Wady modelu:

- ◀ Niepewność co do pozyskiwania stałych współpracowników, zmienność i fluktuacja zespołu.
- ◀ Zależność od dobrej woli ochotników.
- ◀ Ograniczenia związane z wydawaniem decyzji, każda decyzja może być kontestowana (nie płacisz, nie masz prawa wymagać, musisz prosić).
- ◀ Konieczność posiadania kompetencji komunikacyjnych zespołu i utrzymanie dobrej atmosfery pracy.
- ◀ Konieczność wprowadzania coraz to nowych zachęt do pracy i poszukiwania korzyści pozafinansowych.

## 3. Zakończenie

Publikowanie naukowe i upowszechnianie wyników badań zawsze łączyło się z publicznym dofinansowaniem, czy to przez opłacania subskrypcji bibliotecznych czy granty skierowane do badaczy. I zawsze z tego tytułu korzyści czerpały zarówno instytucje publiczne, jak i prywatne. Modele open access zmieniają tylko drogi przepływu pieniądza. Nie ma jednego modelu, który można zarekomendować wydawcom, każdy ma wady i zalety. Wiele będzie zależało od zasad i regulaminów finansowania poszczególnych form publikacji przez donatorów, fundacje czy agencje rządowe, bo to warunki tych instytucji będą wyznaczały, które modele się przyjmą. Być może z czasem w miarę stabilizacji nastąpi standaryzacja na poziomie światowym i będą jakieś wspólne zasady np. dotyczące czasu otwartego udostępnienia (6 miesięcy po publikacji), kosztów publikacji, powtórnego użycia materiałów naukowych czy zastosowania wolnych licencji. Byłoby dobrze, gdyby standaryzacja zaszła także na poziomie bibliometrii, która się diametralnie zmienia, ponieważ to jest ważne dla instytucji finansujących badania i samych badaczy.

Przykłady modeli, które przedstawiono w informatorze, nie wyczerpują wszystkich możliwości, jakie daje dziś środowisko biznesowe i technologiczne, ale mogą wskazać kierunki poszukiwań tym wydawcom, którzy są nimi zainteresowani. Jedną wspólną cechą tych modeli jest to, że instytucje finansujące publikowanie rezultatów badań mają i chcą mieć dziś większą kontrolę nad procesem upowszechniania wiedzy. Zamknięte publikowanie opierało się o nierównoważne traktowanie praw wydawcy i autora, co nie było społecznie korzystne, otwarte publikowanie daje autorom i donatorom większe prawa. Maksymalizacja korzyści dla wszystkich zainteresowanych stron musi być zatem tym elementem strategicznym i widocznym na pierwszym miejscu w zarządzaniu wydawnictwem otwartym.

Trwałość modeli open access zależy w tym samym stopniu od trwałości finansowania badań w poszczególnych krajach, tak jak to było do tej pory.



Jedyna różnica może polegać na tym, że finansowanie modeli otwartych powinno być tańsze, bo opiera się o publikowania elektroniczne i dystrybucję sieciową i to może zwiększać pewność, że modele te się przyjmą. Drugi element trwałości zasadza się o korzyści, jakie open access daje instytucjom finansującym publikowanie, jeśli decydenci dostrzegą w nim duży potencjał, to wolny dostęp do wiedzy stanie się faktem. Jaka będzie przyszłość takiego podejścia? Nie wiemy. Wiemy jedno, że musimy wszyscy nastawić się na nieustające zmiany i starać się do nich dostosowywać.

## Bibliografia

1. Deklaracja Berlińska w sprawie otwartego dostępu do wiedzy w naukach ścisłych i humanistyce, przekład polski Bożena Bednarek-Michalska, <http://oa.mpg.de/lang/en-uk/berlin-prozess/berliner-erklarung/> w: Biuletyn EBIB Nr 2/2005 (63) luty. [Warszawa] : Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich KWE, 2005. — Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2005/63/deklaracja.php>.
2. Timeline. Open Access Directory. [Dokument elektroniczny]. [dostęp 26 lipca 2013]. Dostępny w: <http://oad.simmons.edu/oadwiki/Timeline>.
3. STĘPNIAK, Jolanta, Europa wobec wzrostu cen czasopism — warunki zjednoczenia. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 3 lipca 2013]. Tryb dostępu: [http://bg.p.lodz.pl/konferencja2004/pelne\\_teksty/stepniak.pdf](http://bg.p.lodz.pl/konferencja2004/pelne_teksty/stepniak.pdf).
4. Emerald Open Access. FAQ: [Dokument elektroniczny], [data dostępu 30 czerwca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.emeraldinsight.com/openaccess.htm>.
5. Open Access Directory. OA journal business models. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 30 czerwca 2013]. Tryb dostępu: [http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA\\_journal\\_business\\_models](http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA_journal_business_models).
6. Open Access Directory. OA book business models. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 30 czerwca 2013]. Tryb dostępu: [http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA\\_book\\_business\\_models](http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA_book_business_models).
7. Model Biznesowy. Wikipedia polska. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 3 lipca 2013]. Tryb dostępu: [http://pl.wikipedia.org/wiki/Model\\_biznesowy](http://pl.wikipedia.org/wiki/Model_biznesowy).
8. RAPPA, M., TIMMERS, P. Business Models on the Web. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 3 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://digitalenterprise.org/models/models.htm>.

9. FRIEND, Fred, Briefing paper on Open Access Business Models for research founders and universities. Knowledge Exchange, Kopenha-ga 2011. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 23 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.knowledge-exchange.info/Default.aspx?ID=173>.
10. Paying for open access publication charges guidance. A report by Universities UK and the Research Information Network. [Doku-ment elektroniczny], [data dostępu 23 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.rin.ac.uk/our-work/research-funding-policy-and-guidance/paying-open-access-publication-charges>.

## Pomoc i przewodniki dla wydawcy planującego zmiany:

1. The Campus-based Publishing Resource Center, SPARC 2011. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 30 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.sparc.arl.org/resources/publishing>.
2. Online Guide to Open Access Journals Publishing, Co-Action Publi-shing 2010: [Dokument elektroniczny], [data dostępu 3 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.doaj.org/bpguide/plan/>.
3. Guide to Business Planning for Converting a Subscription-based Journal to Open Access v 3.0, Open Society Institute (OSI) 2004. [Dokument elektroniczny], [data dostępu 13 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.budapestopenaccessinitiative.org/resources/open-access-journal-business-guides>.
4. Publishers with Paid Options for Open Access. [Dokument elektro-niczny], [data dostępu 30 lipca 2013]. Tryb dostępu: <http://www.sherpa.ac.uk/romeo/PaidOA.html>.

# Spis ilustracji

**Okładka** – CC BY 2.0 – <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/> – Autor: snre

**Strona 10** – CC BY 2.0 – <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/> – Autor: fdecomite

**Strona 20** – CC BY 2.0 – <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/> – Autor: FuFuWolf

**Strona 32** – CC BY 2.0 – <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/> – Autor: Victor1558

**Strona 43** – CC BY 2.0 – <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/> – Victor1558University of Salford

## Biogram autorki

**Bożena Bednarek-Michalska** – mgr kustosz dyplomowany, specjalista informacji w Bibliotece Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Stworzyła na swojej uczelni bibliotekę cyfrową KPBC i repozytorium prac naukowych RUMAK.

Jest ekspertem i autorką wielu artykułów z zakresu informacji naukowej, Internetu, open access, otwartej nauki i edukacji, bibliotek cyfrowych, oceny jakości informacji elektronicznej, e-edukacji, nowych technologii związanych z pracą bibliotekarzy oraz otwartym modelem komunikacji naukowej. Prowadzi wykłady na Uniwersytecie i organizuje konferencje związane z technologiami informacyjnymi. Działa na rzecz otwartej nauki.

Współpracuje w projektach krajowych i międzynarodowych jest członkiem polskich i międzynarodowych organizacji bibliotekarskich: EBIB, SBP, KOED, EIFL i SPARC. Jest współtwórczynią i redaktorem naczelnym czasopisma open access dla bibliotekarzy zatytułowanego Biuletyn EBIB <http://ebib.info/biuletyn/>. Pracuje także jako ekspert dla MNiSW oraz MKiDN.



# Zapoznaj się z innymi naszymi broszurami poświęconymi Otwartej Nauce



**Emanuel Kulczycki**

*Otwarte czasopisma. Zakładanie czasopism naukowych oraz transformacja czasopism zamkniętych*

**Paweł Szczęsny**

*Otwarta nauka, czyli dobre praktyki uczonych*

**Karolina Grodecka**

*Studium przypadku: udane projekty Open Access w Polsce*

**Wszystkie broszury dostępne na stronie wydawcy:**

<http://ebib.pl/>