

Pippa SMART

Çeviri Editörleri
Orhan YILMAZ
Cem UZUN



Editör El Kitabı



Handbook for Journal Editors

Editör El Kitabı*

Yazan

Pippa SMART

Çeviri Editörleri

Orhan YILMAZ - Cem UZUN



*Bu çeviri kitabı Trakya Üniversitesi ve TÜBİTAK ULAKBİM'in katkılarıyla basılmıştır ve Türkiye'deki bilimsel dergi editörlerine ücretsiz olarak dağıtılır.
(This translated book has been printed and is distributed to the scientific journals' editors in Turkey by the support of Trakya University and TÜBİTAK ULAKBİM). Çevrimiçi (online version): <https://editorelkitabı.trakya.edu.tr>



Orijinal kitaba erişim web adresi:

<https://www.inasp.info/sites/default/files/2018-04/INASP%20-%20Editors%20Toolkit%20-%20DIGITAL.pdf>

Orijinal baskı: INASP, 23 Şubat 2018

Çeviri kitabına erişim web adresi:

<https://editorelkitabi.trakya.edu.tr>

Çeviri baskısı: Trakya Üniversitesi, Mart 2019, Edirne.

EASE (European Association of Science Editors) Türkiye Bölümü - Çeviri 2

EASE Turkish Chapter -Translation 2

<http://www.ease.org.uk/communities/regional-chapters/turkish-regional-chapter/>

Orijinal kitap ile aynı lisanla lisanslanmıştır. Bu eser Creative Commons Atıf-AynıLisanslaPaylaş 4.0 Uluslararası lisansı ile lisanslanmıştır. Lisansın bir kopyası için, <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> linkini ziyaret edin.



© Mart 2019 Trakya Üniversitesi, EDİRNE.

Trakya Üniversitesi Yayın No: 206 (Elektronik Kitap)

Trakya Üniversitesi Yayın No: 207 (Basılı Kitap)

Orhan Yılmaz | Çeviri Editörü

Cem Uzun | Çeviri Editörü

ISBN 978-975-374-235-1 (Basılı / Çeviri)

ISBN 978-975-374-236-8 (Elektronik / Çeviri)

INASP HAKKINDA

1992’de kurulan *INASP*; Afrika, Latin Amerika ve Asya’daki küresel partner ağıyla çalışan bir uluslararası gelişim örgütüdür. Gelişimi merkezine alan araştırma ve bilgiler doğrultusunda *INASP*, bireylerin ve kuruluşların hayatları değiştirebilecek araştırma ve bilgiyi üretmesini, paylaşmasını ve kullanmasını desteklemek için çalışmaktadır.

INASP’nin yaklaşımı; kapasite gelişimi, bir araya getirme, etkili olma ve ortaklarla çalışma gibi temel yapıları dayanmaktadır. *INASP*, bütün çalışmamız boyunca hem erkek hem kadınların gereksinimlerine ve araştırma ve bilgi düzenindeki yetki sorunlarını ele alarak etkin bir şekilde eşitliği teşvik etmektedir. Araştırmacılara enformasyon tedarik olanağı sağlamaktan, milletvekili ve kamu personeline politika geliştirirken araştırmaları kanıt olarak kullanmalarına yardımcı olmaya kadar araştırma ve bilgi düzenini her açıdan destekleyen *INASP*’in 28 ülkede projeleri bulunmaktadır.

INASP

2/3 Cambridge Terrace,
Oxford OX1 1RR, Birleşik
Krallık
Tel:+44(0)1865 249909
Faks:+44(0)1865 251060
E-posta: info@INASP.info
www.INASP.info
twitter.com/INASPinfo
facebook.com/INASP.info

ÇEVİRİMİÇİ DERGİ PROJESİ HAKKINDA

“*The Journals Online*” (JOL) Türkçe adıyla “Çevrimiçi Dergi Projesi”, 1990’ların sonuna doğru *INASP* tarafından, burada bahsi geçen sorunları düzeltmek adına kurulmuştur. Çevrimiçi Dergi platformu, gelişmekte olan ülkelerde denetimden geçerek yayınlanan dergilerin kalitesinin, erişilebilirliğinin ve görünürlüğünün artmasını sağlamaktadır, böylece bu ülkelerde üretilen araştırma sonuçları bulunabilmekte, paylaşılabilen ve daha da etkili bir şekilde kullanılabilir.

JOL projesi, gelişmekte olan ülke ya da bölgelerde var olan kuruluşlara çevrimiçi dergi sunucu platformu yerleştirmeyi kapsamaktadır. Devamında, platformda yer alan katılımcı araştırma dergilerine en iyi çalışmalarını yayınlama konusunda eğitim ve diğer çeşitli destekleyici hizmetler sağlamaktadır.

Bu proje, süregelen işi zamanla sürdürülebilir bir şekilde üstlenebilmesi için yerel sunucu kurumun kapasitesini güçlendirmektedir. Birçok durumda, JOL platformu bir dergideki araştırmanın çevrimiçi bulunabilir olmasına öncelikli imkân sağlamaktadır.

İlk JOL platformu olan African Journals Online (AJOL), 1998’de deneme niteliğinde kurulmuş ve resmi olarak 2000’de faaliyete geçmiştir. AJOL, 2005’ten beri Güney Afrika’daki bir ekip tarafından bağımsız olarak yönetilmekte ve platform günümüzde 500’den fazla dergiye ev sahipliği yapmaktadır. Vietnam ve Filipinler’deki JOL platformları da artık yerel olarak yönetilmektedir. Bangladeş, Nepal, Sri Lanka, Orta Amerika ve Moğolistan’daki JOL’lerde de yerel yönetime geçiş aşaması devam etmektedir.

INASP, 2018. Bu çalışma Creative Commons Atıf-AynıLisanslaPaylaş (CC BY-SA 4.0) Uluslararası Lisansı çerçevesinde lisanslanmıştır. Kullanıcılar bu paketeki materyalleri ve yayımları kendi eğitimleri ve yayınları için çoğaltabilir ve aynı lisans koşullarında sunarlar. Yardım Derneği No. 1106349 Şirket NO. 04919576

BU KAYNAK HAKKINDA

Bu paket *INASP* tarafından çalıştaylarda, atölyelerde kullanılmış ve daha geniş bir okuyucu kitlesi için uyarlanmış basılı metinleri içermektedir. Doğru uygulamalar için kılavuz olması ve dergilerin göz önünde bulundurulacağı fikirler vermesi amaçlanmıştır. Bu paket bir yayın geliştirirken yardımcı olacak ve yayımcı ve editörün göz önünde bulundurabileceği konuları yansıtmaktadır, dergi yayıncılığı hakkında kapsayıcı bir bilgi kaynağı olarak görülmemelidir.

Pippa Smart | Yazar


Alastair Horne | Yardımcı

INASP EKİBİ

Sioux Cumming | *INASP*

Siân Harris | *INASP*

ÇEVİRİ HAKKINDA

Bu çeviri kitabı Trakya Üniversitesi ve TÜBİTAK ULAKBİM işbirliğinde basılmış ve ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Orijinal kitap ile aynı lisanla lisanslanmıştır: Creative Commons Atıf-AynıLisanslaPaylaş: CC BY-SA 4.0 

© 2019 Trakya Üniversitesi, EDİRNE.

Orhan YILMAZ | Çeviri Editörü

Cem UZUN | Çeviri Editörü

ISBN 978-975-374-235-1 (Basılı)

ISBN 978-975-374-236-8 (Elektronik)

<https://editorelkitabı.trakya.edu.tr>

EASE Turkish Chapter’s Translations (2)

Bu çalışma *INASP*’in Strengthening Research and Knowledge Systems (SRKS), Türkçe adıyla Güçlendiren Araştırma ve Bilgi Düzeni Programının bir parçası olarak DFID ve Sida tarafından finanse edilmiştir.

ÖNSÖZLER

Yazardan

(Foreword in English: see the online book at <https://editorelkitabi.trakya.edu.tr/>)

Dergi editörü olmak büyük bir ayrıcalık, yeni araştırmalara erken erişebilmek ve birinin alanındaki araştırmacı ağına ulaşabilmektir. Ancak, etkili bir şekilde yayın yaparak, sıkı editöryal süreçleri işe koyarak ve yüksek kalitede yayını ve dağıtım sürecini sağlayarak derginin hem yazarlara hem de editörlere hizmet ettiğinden emin olmak editörlerin sorumluluğundadır. Eğer derginin yayıncılık standartları düşükse editörlük, yazarlar ve katılımcı editörler için zor bir süreç olur.

Bu el kitabı 2002-2006 yılları arasında INASP (*the International Network of Scientific Publications*) tarafından yapılan çalışmalardan ortaya çıkmıştır. Bu süre zarfında, gelişmekte olan ülkelerde editörler ve yayıncılarla makalelerin kalite süreçleri, dergileri ve içeriği konusunda yüksek düzeyde tanınırlık sağlamaları konusunda yardımcı olmak için çalışmalarda bulundum. Editörlerle olan çalışmalarımız danışmanlık servislerini ve eğitici çalışmaları kapsadı ve dergileri desteklemek için farklı alanlarda rehberler ve öneri formları geliştirdik. Sonrasında bu rehberler ücretsiz erişilebilir bir çevrimiçi el kitabında toplandı.

Rehberler ve öneri formları istek üzerine geliştirildi ve bunların iyi dergi yayıncılığı hakkında bilmeniz gereken her şeyi içeren tam bir kaynak olması asla amaçlanmadı. Hakkında çok az erişilebilir kaynak bulunan konuları kapsadılar, diğer kaynakları desteklemek amacıyla hazırlandılar ve aldığımız soruların cevaplarını içerdiler.

El kitabı iyi kabullenildi, ancak çalıştaylar süresince ve birlikte çalıştığımız editörlerden gelen geri bildirimler, rehberlerin, editörlerin dergilerinin kabul edilebilir standartlara ulaşip ulaşmadığını kontrol edebilecekleri, kullanımı kolay kaynaklarla desteklenmesi ihtiyacını ortaya çıkardı. Geri bildirimlere cevap olarak, bu denetleme aracı geliştirildi. Kontrol isteklerinin başlangıç noktası bir derginin ne yapması, söylemesi ve düşünmesi gerektiği ile ilgili uluslararası beklentileri listelemektir. Bu liste, çalıştaylardan ve tartışmalardan gelen geri bildirimler ile karşılaştırıldı. Geri bildirimler, listeye eklenmesi gereken maddeleri açığa çıkardı çünkü ya anlamada boşluklar vardı ya da yanlış kabullenmelerin olduğu alanlar vardı. Bu süreç kullanılarak, her derginin kendi operasyonel sürecini değerlendirmek için kullanacağı kontrol listeleri geliştirildi.

Bazı maddelerin listeye dahil edilmesinin sorgulanabilir olduğu açıkça görülebilir, ancak anahtar maddelerin (ör. dergi kapağında yayıncının ismi, ya da ISSN nin web sitesinde olması) gözden kaçmasının ne kadar kolay olduğunu ve derginin günlük iş süreçlerinde alınması gereken stratejik kararların nasıl unutulabildiğini keşfettik. Bu nedenle, kontrol listelerine eklenen maddeler dikkat gerektiren stratejik konulardan, web sitesinin profesyonel görünmesi için yapılması gereken pragmatik küçük değişikliklere kadar çeşitlilik göstermektedir.

Hiçbir denetim aracı tamamen kapsayıcı olamaz ve her bir derginin durumuna bağlı olarak çok fazla ya da az alakalı maddeleri içermez. Denetim aracını kullanmak kararların verilmesi gereken alanların farkına varmanızı sağlayacaktır ve destekleyici kaynaklar bu gerekliliklere nasıl cevap vermeniz gerektiğine ilişkin açıklama ve öneriler konusunda yardımcı olacaktır.

Editörlerle çalışmak, bu el kitabını ve denetim aracını geliştirmek büyük bir zevkti. Çok şey öğrendim ve dünya genelindeki editörlerin bilgilerinden ve fedakârlıklarından her zaman çok etkilendim. Bununla beraber, iyi editöryal kararlar, uygun süreçlerin ve yayıncılık standartlarının eksikliğinden dolayı zarar görebilir ve umulur ki bu araç iyi dergiler tarafından iyi kararların alınmasını garanti eder.

Trakya Üniversitesi ve TÜBİTAK ULAKBİM'e, bu el kitabının çevirisi ve ilk basıldığından daha geniş kitlelere ulaştırması ve onlar için erişilebilir kıldığı için çok teşekkür ederim. Trakya Üniversitesi bölgedeki editörlere ve dergilere kalitelerini yükseltmelerinde, Balkan dergilerinin etki ve ulaşılabilirliğinin artırılmasına yardımcı olarak harika hizmetler sunuyor.

Pippa SMART

Avrupa Bilim Editörleri Birliği (EASE) Başkanı

<http://www.ease.org.uk/>

Yayıncılık Danışmanı

www.Pspconsulting.org

Pippa.smart@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5528-4704>

Pippa SMART kimdir?

Pippa SMART Avrupa Bilim Editörleri Birliği (*the European Association of Science Editors: EASE*) Başkanidir ve serbest yayıncılık danışmanıdır. Yirmibeş yıldan uzun süredir akademik yayıncılıkta farklı rollerde çalışmıştır ve şimdi editör grupları ve yayıncılar için stratejik gelişim sağlamak konusunda uzmanlaşmıştır. Bu uzmanlık, eğitim, danışmanlık ve sözleşme anlaşmalarını da içermektedir. Akademik ve Profesyonel Bilim Yayıncıları Birliği (*Association of Learned and Professional Scholarly Publishers: ALPSP*) dergisi, Learned Publishers' in Baş-editörüdür ve ALPSP'nin aylık üyelik bültenlerini yazmaktadır. İşleri onu dünyanın her yanına götürür ve akademik yayıncılığın farklı modellerini deneyimlemesine ve kuralların genellikle büyük, iyi desteklenen organizasyonlar tarafından konulduğu uluslararası çevrede rekabet ederken, editörlerin ve küçük yayıncıların hissettikleri baskıları anlamasına olanak verir.



Rektörden

(Prefaces in English: see the online book at <http://editorelkitabi.trakya.edu.tr>)

Aktif bilimsel yaşamımızın bir parçası olan akademik yayıncılık alanında kaliteyi yakalamayı kendisine misyon edinen Trakya Üniversitesi, ulusal ve uluslararası alanda önemli yere sahip 14 bilimsel dergisiyle eğitime ve bilime katkı sunmaya devam ediyor. Farklı disiplin ve branşlardan pek çok bilimsel dergiye sahip olan üniversitemiz, kendini güçlü hissettiği bu alanda “marka üniversite” konumuna ilerleyerek zirveyi hedefliyor.

Trakya Üniversitesi olarak dergicilik konusunda örnek alınacak faaliyetlerde bulunduğumuza ve fark yarattığımıza inanıyorum. Kısa süre önce, yine örnek nitelikte bir çalışmayla gerek ülkemizde gerekse uluslararası arenada büyük ses getiren bir etkinliğe ev sahipliği yapmaktan gurur ve mutluluk duyduk. Avrupa Bilim Editörleri Birliği (EASE) Başkanı Pippa SMART ve eski Başkanı Ana MARUŠIĆ'i Rektör Yardımcımız Prof. Dr. Cem UZUN'un yoğun çabaları sonucunda, Avrupa ve Balkanlar'dan gelen bilimsel dergi editörleri, yayın kurulu üyeleri ve yayıncılıkla ilgilenen daha pek çok akademisyen ve üniversitemizin değerli dergi editörleriyle buluşturduk (<https://journals-symposium2018.trakya.edu.tr/>).

“Söz uçar, yazı kalır.” düsturundan hareketle, yazmayı gelenek haline getirmeliyiz. Daha çok yazmalı, daha çok üretmeliyiz... Dergicilikte bir milat olarak kabul edebileceğimiz bu sempozyumun bilim dünyasına sağladığı katkılar tartışılmaz. Sempozyum çıktılarının, bilimsel makalelere nicelik ve nitelik anlamında önemli değerler katacağına yürekten inanıyorum. Bu düşüncelerle, sempozyumun gerçekleşmesinde emeği geçen başta Prof. Dr. Cem Uzun olmak üzere herkese teşekkürlerimi sunuyorum.

Çok değerli bilim insanı, mesai arkadaşım Prof. Dr. Cem UZUN, hayata geçirdiği çalışmalarla Trakya Üniversitesi'nin bilimsel dergilerine önemli bir standart ve kalite getirdi. Yaptığı çalışmalarla Balkan Medical Journal'ın, Pubmed/MEDLINE dizinine kabul edilmesinde önemli pay sahibi oldu. Bu önemli başarı, Türkiye adresli üniversite dergileri için ilk ve tek niteliğinde... Ardından üniversitemizde 2014 yılında kurulan, Türkiye'de tek olan, Dünya'da ise 18 örneğinin bulunduğu akademik tıp öğrenci dergisi Turkish Medical Student Journal, ülkemizde kabul gören ve önemli bir tarama veri tabanı olan TürkMedline tarafından taranan dergiler listesine kabul edildi. Hocamız bununla birlikte Trakya Üniversitesi'nin diğer bilimsel yayınlarına el atarak onların başarısı için çaba ve emek harcadı, halen harcamaya devam ediyor. EASE'deki deneyimiyle beraber şimdi TR Dizin'de görev alarak, birikimlerini Türkiye'deki diğer dergilerin başarısı için kullanıyor.

Aynı gayretlerin bir ürünü olan ve Üniversitemiz ve TÜBİTAK ULAKBİM'in katkıları ile basılan bu kitabın da tüm Türk editörlere faydalı olmasını diler, kitabın yazarı Sayın Pippa SMART'a, çeviri editörleri Prof. Dr. Orhan YILMAZ ve Prof. Dr. Cem UZUN'a, TÜBİTAK ULAKBİM'e, çeviride, dizgide, baskıda ve dağıtımda emeği geçen herkese teşekkür ederim.

Selam ve Saygılarımla,

Prof. Dr. Erhan TABAKOĞLU

Trakya Üniversitesi Rektörü

ULAKBİM Müdüründen

Bilim insanları tarafından yapılan araştırmalar ve faaliyetlere ait sonuçların yayınlanması bilimsel yayıncılığın temelini oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarının diğeri araştırmacılarla paylaşılması ve farklı araştırmalara temel olması bakımından araştırma sonuçlarına erişim için yapılan çalışmalar da en önemli diğeri bilimsel faaliyetlerden biridir. ULAKBİM olarak faaliyet alanlarımızda yer alan ve Cahit Arf Bilgi Merkezi'nde yürütölen bilgi ve belge hizmetleri faaliyetleri kapsamında bilimsel yayıncılıkla ilgili hizmet ve desteklerimizi her geöen gün artan ivme ile sürdürmekteyiz. Ölkemizi uluslararası bilim ve teknoloji arenasında söz sahibi yapabilmek için, araştırmacı ve akademik topluluğaya destek olacak biçimde çalışmalarımıza devam etmekteyiz. ULAKBİM olarak uluslararası yayınlar için sağlanan EKUAL erişimi ve UBYT yayın teşvik hizmetlerinin yansira ulusal yayıncılık için verdiğimiz bu hizmetlerimiz ile araştırmaların ve yayınların toplumsal yarara dönüşmesine destek olmak üzere çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Bilimsel yayın performanslarının özellikle akademik yükseltme ölçütlerinde önemli bir kriter olarak kabul edilmesi, bilimsel yayıncılığaya olan ilgiyi oldukça artırmaktadır. Bir alandaki güncel bilginin halen temelde süreli yayınlar ile bilim dünyasının erişimine sunulduğu düşünöürse, süreli yayınların niceliğinden ziyade niteliğinin artırılması gerektiği gözardı edilemez.

Ulusal süreli yayıncılıkla ilgili yürütölen hizmetlerimizden "DergiPark" ve "TR Dizin" ile bilimsel bilgi birikimine yapılan katkının yanı sıra ulusal bilimsel performanslar ve kalitelerine bağılı olarak, alanında, ulusal ve uluslararası platformlarda söz sahibi olabilmelerine destek olunmaktadır. Süreli yayınların temel ve uluslararası standartlara uygun yayınlanmasını sağlamak ve süreç yönetim ile barındırma hizmeti vermek üzere sürdürölen DergiPark hizmetinden yararlanmak isteyen dergi sayısı her geöen gün hızla artmaktadır. Öte yandan, ulusal bilimsel içeriğeye erişimi sağlamak amacıyla 1990lı yılların başında ulusal veri tabanları oluşturulması olarak başlayan hizmetimiz TR Dizin, günümüzde "Ulusal Atıf Dizini" olarak hizmet vermeye başlamıştır. Yazar ve yayın atıflarının yansira ulusal yayınlar üzerinden analiz yapılabilir yapıya dönüşen TR Dizin ile, bilimsel yayınların atıflar üzerinden etkileri ölçölerek, bugüne kadar sadece uluslararası dizinler üzerinden ölçölöbilen bibliyometrik analizlere ulusal veriler de dahil edilmiştir. Alanında uzman ve akademisyen üyelerden oluşun TR Dizin Komiteleri ile birlikte yürüttüğümüz TR Dizin çalışmalarını arasında, editörlük soru ve sorunlarına destek olmak amacıyla bilimsel toplantı ve çalıştayların düzenlenmesi de yer almaktadır. Yayına dönüşen bu toplantılar süreli yayıncılık ilgililerinin başvuru kaynağı haline gelmiştir.

Trakya Üniversitesi tarafından hazırlanan bu yayın, derginin bilimsel standardından sorumlu ve kalitesini belirleyen en önemli roldeki editörleri için temel başvuru kaynağı olacaktır. Trakya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan TABAKOĞLU başta olmak üzere, kitabın yazarı Sayın Pippa SMART'a, mesleklerinin yanı sıra ulusal süreli yayıncılığımıza katkılarını esirgemeyen, aynı zaman da TR Dizin Komitesi'nde görev yapan kitabın çeviri editörleri Prof. Dr. Cem UZUN ile Prof. Dr. Orhan YILMAZ 'a ve emeğı geöen herkese teşekkür ederim.

Mehmet Mirat SATOĞLU
TÜBİTAK ULAKBİM Müdürü



TÜBİTAK ULAKBİM TR Dizin Ulusal Akademik Yayıncılık Sempozyumu (2-3 Kasım 2017, Antalya)
M. Mirat SATOĞLU (ULAKBİM Müdürü), Mustafa SANCAR (Müdür Yardımcısı), TR Dizin komitesi üyeleri, konuşmacılar ve katılımcılar

Çeviri Editörlerinden

(Prefaces in English: see the online book at <http://editorelkitabı.trakya.edu.tr>)

Makale yazımı Akademik yaşamın olmazsa olmazlarından. Bir yazıya, çalışmaya Bilimsel Makale diyebilme süreci uzun ve zorlu bir süreçtir. Yazar, Danışman, Editör, Yayıncı ve daha birçok bileşeni ilgilendiren uzun bir süreç.

Neredeyse yirmi beş yılı bulan yayıncılığa ilgi yıllarımda sanal ortamlarda izlediğim Sn. Pippa SMART'ın bu çalışması ülkemin yayıncılık ilgililerine aktarılması gereken büyük bir birikimin ürünüydü. Bu nedenle sevgili meslektaşım Cem UZUN ile birlikte "Editör el kitabı" için yola çıktık.

Bu kitap için bölüm çevirilerinde destek olan tüm meslektaşlarımıza, ancak Tuğçe PÜTÜRGELİ ÖZER meslektaşım ile giriş bölümleri için sevgili kızım Ayça YILMAZ'a özel olarak teşekkür etmeliyim.

Ancak bu kitabın basılı olarak size ulaşması sevgili meslektaşım Prof. Dr. Cem UZUN ve Trakya Üniversitesi'nin değerli rektörü Sn. Prof. Dr. Erhan TABAKOĞLU ve TÜBİTAK ULAKBİM Müdürü Sn. Mehmet Mirat SATOĞLU'nun desteği ile olduğunu bilmelisiniz.

Türkiye'de Yayıncılık ve özellikle Sağlık Bilimleri Süreli Yayıncılığına yararlı olması dileklerimizle...

Prof. Dr. Orhan YILMAZ

Karabük Üniversitesi Tıp Fakültesi KBB A.D. Öğretim Üyesi
TÜBİTAK-ULAKBİM TR-Dizin Fen Komitesi Üyesi
Turkish Journal of Geriatrics, KBB-Forum ve ENT Case dergileri editörü
European Association of Science Editors (EASE) Türkiye Şubesi Üyesi
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4527-1990>



(soldan sağa) Taner Kemal ERDAĞ (EASE Türkiye Bölümü Başkan Yardımcısı), Pippa SMART (EASE Başkanı), Orhan YILMAZ (EASE Türkiye Bölümü Üyesi), Ana MARUSIC (EASE Önceki Başkanı) ve Cem UZUN (EASE Konsey Üyesi ve Türkiye Bölümü Başkanı)

Günümüzde, üniversitelerimizde bilimsel yayın ve yayıncılık konusunda yazarlık, danışmanlık (hakemlik) ve editörlük aşamalarına yönelik oturmuş ve kapsamlı eğitim ne yazık ki verilmemektedir. Bunlar içinde özellikle bilimsel dergi editörlüğüne yönelik yeterli kaynak da yoktur. Editörlük, genellikle çevreden edinilen kısmi bilgilerle uygulanmaya çalışılmakta, bu konuda lokal düzeydeki bilgi ve görgü sınırları içinde kalınmaktadır. Oysa, birçok bilim dallarında olduğu gibi, editörlük ve bilimsel yayıncılık da evrensel boyutu olan dinamik bir alandır. Bunu kavrayabilenler, sürekli eğitim ve birikimle, güncel uluslararası standartları ve uygulamaları takip ederek hem kendilerini yetiştirir hem de dergilerine katkıda bulunurlar. Bu nedenle, özellikle bilimsel yayıncılığın gelişmekte olduğu ülkelerde, editörler sadece yazı değerlendirmek veya dergilerinin popülerliğini artırmak için iyi indekslere girme çabası içinde olmamalı, bunun yanında bilimsel yayıncılık konusunda eğitim aktiviteleri de gerçekleştirmelidir. Biz de önce Balkan Medical Journal’da sonra da Trakya Üniversitesi’nin tüm bilimsel dergileri ile birlikte güzel bir takım çalışması yaparak, son altı yıl içinde 20’den fazla editörlük ve bilimsel yayıncılık konusunda kurs, konferans, çalıştay ve sempozyumlar düzenledik. Yayıncılık konusunda dünya ve Avrupa’daki EASE, COPE, WAME ve CSE gibi önemli kuruluşların aktivitelerini takip ederek, günceli öğrendik, tecrübe ettik ve paylaştık.

Uluslararası bilimsel yayıncılık camiasının içine girdiğimizde – duayen Sevgili Ana MARUSIC’inde işaret ettiği gibi – bizim için ulaşılması çok zor olduğunu düşündüğümüz dergilerin ve editörlerin de bizler gibi benzer sorunlarla uğraştığını, benzer duyguları paylaştığını gördük. Evrensel ilkeler doğrultusunda çözüm yollarını öğrendik ve bu camianın bir parçası haline geldik. Türkiye’deki tüm editör meslektaşlarıma, ülkemizde düzenlenenlerin yanı sıra bu uluslararası kuruluşların aktivitelerini de takip etmelerini naçizane olarak öneririm.

Ülkemizde çok değerli editörler var. Bunlardan biri de elinizdeki kitabın birlikte çeviri editörlüğünü yaptığımız meslektaşım Sevgili Orhan YILMAZ. Onun, Türk Tıp Dizini Kurul Başkanı olarak TÜBİTAK ULAKBİM bünyesinde düzenlediği Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Sempozyumlarından çok şey öğrendim. Kendisiyle birlikte sizlere bu kitabı hazırlamaktan dolayı büyük bir onur duyuyorum. Kendisine bu fikrinden dolayı teşekkür ederim.

Ayrıca, Trakya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan TABAKOĞLU’na, TÜBİTAK ULAKBİM Müdürü Sn. Mehmet Mirat SATOĞLU’na, Trakya Üniversitesi Yönetim Kurulu’na, çeviride katkıda bulunan akademisyenlere ve Trakya Üniversitesi Matbaası yetkililerine teşekkür ederim.

Daha önce bir yazımda belirttiğim gibi “Editörün önceliği önemli indekslere girmek veya etki faktörünü artırmak olmamalı, etik ve kaliteli yayıncılık olmalı; diğerleri bunu takip edecektir”. Dergi kalitesinin artırılması deyince de akla elinizdeki kitabın yazarı Sevgili Pippa SMART gelir. Onun meşhur “How to be a successful editor” kurslarının ikisine katılma şansı elde etmişim. En son Aralık 2018’de Edirne’de ağırladığımız Sayın SMART’ın 2018 yılında INASP tarafından çevrim içi olarak yayınlanan bu kitabı, editörler için birçok güncel, değerli ve pratik bilgiler içermektedir. Editörlere, kendi dergilerini uluslararası standartlara göre gözden geçirme ve geliştirmelerine imkân verecek şekilde tasarlanmış olan bu kitabın, Türkiye’deki bilimsel dergi editörlerine katkısı olması dileği ile saygılarımı sunarım.

Prof. Dr. Cem UZUN

Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi KBB A.D. Öğretim Üyesi
Trakya Üniversitesi Bilimsel Dergilerinden sorumlu Rektör Yardımcısı
European Association of Science Editors (EASE) Yönetim Kurulu Üyesi
EASE Türkiye Şubesi Başkanı
<http://www.ease.org.uk/communities/regional-chapters/turkish-regional-chapter/>
TÜBİTAK-ULAKBİM TR-Dizin Fen Komitesi Üyesi
Balkan Medical Journal (Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi) önceki Baş-Editörü
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3233-7049>



(soldan sağa) Pippa Smart, Cem Uzun, Ana Marusic (Aralık 2018, Trakya Üniversitesi, Edirne)



3. Trakya Üniversitesi Bilimsel Dergileri Uluslararası Sempozyumu Organizasyon Komitesi, Trakya Üniversitesi Rektörü, Sempozyum Konuşmacıları ve Oturum Başkanları ile (4-6 Aralık 2018, Edirne)

Çevirenlerin Listesi:

ÇEVİRİ EDİTÖRLERİ

Cem UZUN

Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi, Edirne

Orhan YILMAZ

Karabük Üniversitesi Tıp Fakültesi, Karabük

ÇEVİRENLER

Sibel ALİCURA TOKGÖZ

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Müge ATAKAN

Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne

Madamin BADİRSHAEV

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Erdem DEMİRÖZ

Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Edirne

Elvin DİNLER

Trakya Üniversitesi İktisat Fakültesi, Edirne

Zehra Nihal DOLGUN ALTINTAŞ

Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi, Edirne

Sümeyra DOLUOĞLU

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Rıdvan DURAN

Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi, Edirne

Hande GÜÇLÜ

Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi, Edirne

Duygu İKİNCİ

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Kadri KIRAN

Trakya Üniversitesi Fen Fakültesi, Edirne

Halil Orkan ORMAN

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Bülent ÖCAL

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Tuğçe PÜTÜRGELİ ÖZER

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

Başak YALÇINER

Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH, Ankara

ÇEVİRİDE KULLANILAN SÖZCÜKLER VE KISALTMALAR

Çeviride kullanılan sözcük	İngilizce veya kısaltılan sözcük
Akran (danışman) değerlendirmesi	Peer review
Amaç	Aim / aims
Atıf / Alıntı	Citation
Atıf yapmak / Alıntılanmak	Cite
Bağlantılar	Linkler
Baş-editör (EiC)	Editor-in-Chief
bk.	Bakınız
Blog (ağ güncesi)	Blog
Çapulcu, Yağmacı, Fırsatçı	Predatory
Çevrimiçi	Online
Danışman (hakem)	Reviewer
Dergi künyesi	Masthead
Editöryel yönetim	Editorial management
Hipermetin	Hypertext
İntihal	Plagiarism
Kapsam	Scope
Konu etiketi	Hashtag
Makale Basım Ücreti (MBÜ)	Article Publication Charge (APC)
ör.	Örneğin
Politika	Policy
Prova	Proof
Prova okuma	Proofread
Redaksiyon	Copyediting
Rehber	Guideline
Reklam e-postası	Mailshot
Revizyon	Revision
Servis sağlayıcı	Hosting
Üretim öncesi	Upstream
Üretim sonrası	Downstream
vb.	ve bunun gibi
Veri havuzları	Respositories
Yanlılık	Bias
Yayın kurulu	Editorial board
Yayın ofisi	Editorial office
Yazı gönderimi	Submission
Yazı göndermek	Submit
Yazışmadan sorumlu (yazışmacı) yazar	Corresponding author
Yönetici Editör	Managing Editor
Web sitesi	Website

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	6
ANKET	8
<hr/>	
<i>Kısım A: Editöryel Bakış Açısı ve Süreçler</i>	9
BÖLÜM 1: YAZIM STRATEJİ VE POLİTİKALARI	10
Çeviren: Tuğçe PÜTÜRGELİ ÖZER	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	10
Kaynak 1A: Dergi Stratejisi Geliştirmek	11
Kaynak 1B: Yayın Politikaları	13
BÖLÜM 2: EDİTÖRYEL YAPILAR	15
Çeviren: Tuğçe PÜTÜRGELİ ÖZER	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	15
Kaynak 2A: Editöryel Sorumluluklar	16
Kaynak 2B: Editöryel Ekip ile Çalışma	17
Kaynak 2C: Dergi Editörü Anlaşması	19
Kaynak 2D: Yayın Kurulları – Kompozisyon	21
BÖLÜM 3: YAYIN OFİSİ	22
Çeviren: Tuğçe PÜTÜRGELİ ÖZER	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	22
Kaynak 3A: Yayın ofisinin çalışması	23
BÖLÜM 4: YAYINLAMA DÜZENLİLİĞİ	25
Çeviren: : Sibel ALİCURA TOKGÖZ	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	25
Kaynak 4A: Dergi Üretimi için Zamanlama	26
<hr/>	
<i>Kısım B: İçerik Kalitesi</i>	31
BÖLÜM 5: YAYIN NİCELİĞİ / NİTELİĞİ	32
Çeviren: Sümeyra DOLUOĞLU	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	32
Kaynak 5A: Yazarları Çekmek için Stratejiler	33
Kaynak 5B: Düzensiz Miktarlarda İçerikle Başa Çıkma Stratejileri	35

BÖLÜM 6: YAZAR DESTEĞİ	36
Çeviren: Başak YALÇINER	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	37
Kaynak 6A: Yazarlarla Çalışma – İyi Uygulama	38
Kaynak 6B: Yazar Rehberleri	40
Kaynak 6C: Yayıncı – Yazar İlişkileri	42
Kaynak 6D: Araştırmanızı Nasıl Yayınlattırabilirsiniz?	46
BÖLÜM 7: AKRAN (DANIŞMAN / HAKEM) DEĞERLENDİRMESİ İLKELERİ	51
Çeviren: Bülent ÖCAL	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	52
Kaynak 7A: Akran (Danışman / Hakem) Değerlendirmesi	53
Kaynak 7B: Danışmanlarla (Hakemler) Çalışma	55
BÖLÜM 8: KABUL EDİLEN MAKALELERE NİTELİK EKLEMEK	57
Çeviren: Halil Orkan ORMAN	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	57
Kaynak 8A: Stil ve Redaksiyon - Değer Katma	58
Kaynak 8B: Redaksiyon – Gerekli Beceriler ve İş Akışı	60
Kaynak 8C: Bağlantılar ve DOI'ler	62
BÖLÜM 9: ETİK POLİTİKALAR	64
Çeviren: Duygu İKİNCİ	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	65
Kaynak 9A: Sorunlar - Nelerdir, Nasıl Çözülür?	66
BÖLÜM 10: TELİF HAKKI	69
Çeviren: Madamin BADİRŞHAEV	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	69
Kaynak 10A: JISC Telif Hakkı Kaynağı	70
Kaynak 10B: INASP kaynağı: Telif Hakkı Tahsis Formu	72
Kaynak 10C: Telif hakkı Tahsisi Yerine Yayın Lisansı	74
Kısım C: Sunum Kalitesi	75
BÖLÜM 11: WEB SİTESİ GEREKSİNİMLERİ	76
Çeviren: Erdem DEMİRÖZ	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	77
Kaynak 11A: Çevrimiçi Geçişin Planlama : Planlama Kontrol Listesi	78
Kaynak 11B: Çevrimiçi Yayıncılık – Farklı Servis Sağlayıcı Fırsatları	80
Kaynak 11C: Dergi Web Siteleri – Esas Unsurlar	88
Kaynak 11D: Açık Erişimli Dergiler – Sadece Ücretsiz Olma Anlamına Gelmiyor	90

BÖLÜM 12: BASILI DERGİ GEREKSİNİMLERİ	95
Çeviren: Zehra Nihal DOLGUN ALTINTAŞ	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	96
Kaynak 12A: Yazı Tipi Tasarımı – Kaynak Rehberi	97
Kaynak 12B: Dergi Tasarımı – Rehberler	103

Kısım D: Dergi sürdürülebilirliği **107**

BÖLÜM 13: SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YAYIN POLİTİKALARI **108**

Çevirenler: Kadri KIRAN, Hande GÜÇLÜ	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	108
Kaynak 13A: Dergi Finansmanı ve İşletme Yönetimi	109
Kaynak 13B: Derginizi Değerlendirin (Önemli Sorular ve Göstergeler)	113
Kaynak 13C: Dergi Geliştirme – Fikirler	116
Kaynak 13D: Çevrimiçi Tam Metin Dergi Yayıncılığı Modelleri	118

Kısım E: Dergi Tanıtımı **123**

BÖLÜM 14: TANITIM STRATEJİLERİ **124**

Çevirenler: Elvin DİNLER, Müge ATAKAN, Rıdvan DURAN	
Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar	124
Kaynak 14A: Görünürlüğün Artırılması – Tanıtım Taktikleri	125
Kaynak 14B: Tanıtım Kopyası Yazma ve Sunma için Genel Rehber	128
Kaynak 14C: E-posta Pazarlaması	130
Kaynak 14D: Sosyal Medya ile Tanıtım	132
Kaynak 14E: Dizinleme Hizmetleri	135
Kaynak 14F: Bloglar	139
Kaynak 14G: Ölçme	141
Kaynak 14H: Basın Bültenleri	144
Kaynak 14I: Akademik Araştırma Ağları	146

GİRİŞ

Araştırmanın kapsamını ve etkisini en üst düzeye çıkarmak için, dergilerin araştırma bilgilerinin yayılmasında uygun platformlar sağladıklarından emin olmaları önemlidir. Dergiler için zayıf bir standartta yayın yapmak yalnızca yazarların saygınlığına zarar vermeye kalmaz; aynı zamanda araştırma alanı ve dolayısıyla yayınlayan derginin alanı da zarara uğrar.

Dergi editörleri ve yayıncıları, araştırmaların yayınlanması için kaliteli bir platform sağladıklarından emin olma sorumluluğu taşımaktadırlar.

Bu el kitabının amacı; dergilerin uluslararası kabul görmüş kriterlere göre etkinlik, sürdürülebilirlik ve kalite seviyesini değerlendirmesine yardımcı olacak soruları ortaya koymaktır.

Dergi Yayıncılığı Uygulama ve Standartları

JPPS Dergi Yayıncılığı Uygulama ve Standartları



Bir yıldız: En az 2 yıl için temel gereksinimleri karşılamış



Yeni başlık: İki seneden az bir süredir yayınlanmakta; ancak temel gereksinimleri karşılamakta



İki yıldız: Ek yayıncılık uygulama kalite kriterlerine uygun



İnaktif: 1 yıl içinde JOL platformuna yeni içerik eklenmemiş



Üç yıldız: DYUS'nin değerlendirme kriterleri çerçevesinde belirtilen tüm teknik ve editöryal yayıncılık iyi uygulamalarında tutarlı şekilde mükemmel



Yıldız yok: Şu anda bir JOL platformuna dahil edilmek için temel kriterleri karşılamamakta

Bu rehber, 2017 yılında Afrika Çevrimiçi Dergileri (*African Journals Online*) ve INASP tarafından açıklanmış olan Dergi Yayıncılığı Uygulama ve Standartları (DYUS: *Journal Publishing Practices and Standards - JPPS*)'ı tamamlamaktadır.

Güney dergileri için yayın süreçlerinin algılanan kalitesi ve şeffaflığı hakkında endişeler sıklıkla dile getirilmektedir. Bu da, bu dergilerde yayınlanan araştırmanın algılanan güvenilirliğini sınırlar.

Bu kaygılara cevap olarak; Dergi Yayıncılığı Uygulama ve Standartları (DYUS) Güney dergilerinin yayıncılık uygulamalarının kalitesi için detaylı değerlendirme kriterleri sağlar ve başlangıçta JOL platformlarında barındırılan dergileri değerlendirmek için kullanılmaktadır.

DYUS kriterlerine göre değerlendirilen dergilere altı seviyeden biri verilir: inaktif başlık; yeni başlık; yıldız yok; bir yıldız; iki yıldız ve üç yıldız. Uygun görülen DYUS seviyeleri ikili bir amaca hizmet eder.

Okuyucu için, derginin belirli bir düzeyde uluslararası kabul görmüş kriterleri olduğuna dair güvence verir. Dergi editörleri için, DYUS değerlendirmesiyle gelecek olan detaylı geri bildirim, bir sonraki değerlendirmede daha yüksek bir seviyeye ulaşmak amacıyla yayıncılık uygulamaları ve standartlarını iyileştirmenin yollarını belirlemelerine yardımcı olur.

Daha fazla bilgi DYUS internet sitesi olan www.journalquality.info 'dan edinilebilir.

Dikkat: Dergi editörleri için bu el kitabı belirli bir DYUS yıldız seviyesini sağlamayacaktır. Yine de güçlü yayıncılık uygulamalarıyla bir derginin geliştirilmesinde göz önünde bulundurulması gerekenler için bir rehberdir ve DYUS sürecindeki yaklaşımları yansıtır. Aynı zamanda DYUS akreditasyonunun ötesine geçen bazı rehberler de sağlar (Örneğin, kısım E’de de bahsedilen, dergide yer alan araştırmaya daha fazla dikkat çekmenin yanı sıra yazarların ve okuyucuların ilgisini çeken önerilerde bulunur).

Bu el kitabı nasıl kullanılır?

El kitabı beş kısma ayrılmıştır:

A.

Editöryal
Kalite

B.

İçerik
Kalitesi

C.

Sunum
Kalitesi

D.

Yayıncılık
Kalitesi

E.

Dergi
Tanıtımı

Her kısımda, dergi editörlerinin ve yayımcıların kendilerini değerlendirebileceği uygun soruların sorulduğu, o bölümün belirli yönleriyle ilgili kısımlar vardır. Sayfa 8’de bulunan anket başlangıç için bir kontrol listesi olarak kullanılabilir ve dergi editörlerinin hangi bölümler üzerinde yoğunlaşması gerektiği konusunda rehber olur.

Her bölüm, dergi editörlerinin güncel süreçlerini ve boşluklarını belirlemesine yardımcı olan daha detaylı bir kontrol listesi içerir.

Her bölümü desteklemek için anahtar konularda kaynaklar sağlanmıştır. Aynı zamanda her bölüm okuyucuların konular hakkında daha fazla bilgi sahibi olması için ek kaynak listesi ve yayınlar sağlar.

Bağımsız bir kaynak olarak sunulmasının yanı sıra bu kitapçık aynı zamanda INASP’ın geliştirmekte olduğu çevrimiçi dergi kalitesi kursu için destekleyici bir kaynak oluşturmaktadır.

Dikkat: Bu kaynak derlenirken, takdir edilir ki dergiler yayın metotlarında, yayıncılık modellerinde ve editöryal yapılarında farklılık göstermektedirler. Aynı model tüm dergilerde kullanılamaz. Dahası, sorular her dergide geçerli olmayabilir; fakat dergi editörlerinin anahtar noktaları sağlayan bir rehber olarak kullanabileceği umulmaktadır. Aynı derecede bu kaynak geniş kapsamlı olduğu konusunda iddialı değildir ve gelecekte INASP (ya da diğerleri) tarafından daha fazla kaynak boşlukları doldurmak için sağlanabilir.

ANKET

Derginize “sağlıklı bir onay” vermek için dürüstçe kendinize aşağıdaki soruları sorun - her soruda uygunluğunuzu kontrol etmek için kitabın ilgili bölümüne bakınız.

		Evet	Tamamen değil ama kabul edilebilir	Tamamen değil, çalışma gerekli	Tamamen değil, çalışma ve yardım gerekli	Hayır, yardım gerekli
A: Editöryel kalite						
Yazım stratejisi ve politikaları oluşturduunuz mu?	Bölüm 1’e bakınız					
Uygun bir editöryel yapınız var mı?	Bölüm 2’ye bakınız					
Verimli, etkili bir yazı büronuz var mı?	Bölüm 3’e bakınız					
Düzenli olarak, zamanında ve yazarlar için minimum gecikmelerle mi yayınlıyorsunuz?	Bölüm 4’e bakınız					

B: İçerik kalitesi

Uygun kalitede yeterli makale yayınlıyor musunuz?	Bölüm 5’e bakınız					
Yazarlarınız için yeterli desteği sağlıyor musunuz?	Bölüm 6’ya bakınız					
Düzenlenmiş bir hakem değerlendirme politikası uyguluyor musunuz?	Bölüm 7’ye bakınız					
Kabul edilen tüm makalelere bir kalite standardı uyguluyor musunuz?	Bölüm 8’e bakınız					
İntihal, çıkar çatışması ve diğer etik konularla ilgili politikalarınız var mı?	Bölüm 9’a bakınız					
Kapsamlı bir telif hakkı politikanız var mı?	Bölüm 10’a bakınız					

C: Sunum kalitesi

Derginizin web sitesi uluslararası standartları karşılıyor mu?	Bölüm 11’e bakınız					
Basılı derginiz uluslararası standartları karşılıyor mu?	Bölüm 12’ye bakınız					

D:Yayıncılık kalitesi

Derginin yazılı bir sürdürülebilirlik ve yayıncılık politikası var mı?	Bölüm 13’e bakınız					
--	--------------------	--	--	--	--	--

E:Dergi tanıtımı

Derginizi ve araştırmalarını tanıtma yöntemleriniz var mı?	Bölüm 14’e bakınız					
--	--------------------	--	--	--	--	--

Kısım A

EDİTÖRYEL BAKIŞ AÇISI ve SÜREÇLER

Herhangi bir dergide ilk adım, yeni bir lansman veya mevcut bir başlığın yenilenmesi olsun, derginin ne için olduğu ve bunun nasıl başarılacağı hakkında net olmaktır.

Bu, dergiye, ilgili doğru kişilere ve uygun süreçlere yönelik bir stratejiye sahip olmak anlamına gelir. Bu kısım editöryel ekibin bir araya getirilmesi ile ilgili rehberliğin yanı sıra bir dergi stratejisi ve politikalarını geliştirmeye yönelik kaynaklar sağlar. Bütün bunlar birbirleriyle bağlantılıdır ve bir dergi oluşturma süreci doğrusal değildir. Örneğin, dergi stratejisi burada ilk sırada yer alıyor fakat; kaçınılmaz ki strateji hakkında düşünebilmek için başından itibaren bazı insanlara gerek duyulmaktadır.

Bölüm 1. Yazım Strateji ve Politikaları

Yazım strateji ve politikaları oluşturduunuz mu? Aşağıdaki listeyi kontrol ederek derginizi nasıl kıyaslayacağınızı görün:

	Evet	Geliştirilebilir	Hayır
1. Derginizin stratejisi ve misyonunu düşündünüz mü?			
2. Düzenli olarak stratejinizi gözden geçirir misiniz?			

Aşağıdakileri kullanarak politikalar (web sitenizde herkese açık hale getirilmiş) oluşturduunuz mu:

3. Dergi amaçları ve kapsamı?			
4. Yazarlık kriterleri?			
5. Gönderimler için karar verme süreci (hakem değerlendirmesi, editöryal kararlar)?			
6. Dergi itirazlarla nasıl ilgileniyor?			
7. Dergi düzeltmeler ve yazım hatalarıyla nasıl ilgileniyor?			
8. Etik politikalar?			
9. Telif hakkı?			
10. Reklamcılık (Uygunsa)?			
11. Dağıtım modelleri?			
12. Dergi finansmanı ve fiyatlandırma (uygun şekilde)?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak bu internet siteleri ve referanslar da yararlı olabilir:

Committee on Publication Ethics (COPE) publicationethics.org (Ocak 2017'de erişildi).

Council of Science Editors (2012) CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update. www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331 (Ocak 2017'de erişildi).

DOAJ (2015) Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing. doaj.org/bestpractice (15 Şubat 2017'de erişildi).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame/ (Ocak 2017'de erişildi).

European Association of Science Editors (EASE): www.ease.org.uk (Ocak 2017'de erişildi).

Hames, I (2007) Peer Review and Manuscript Management in Scientific Journals: Guidelines for Good Practice. Blackwell Publishers in association with ALPSP.

International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE): www.icmje.org/ethical_1author.html (Ocak 2017'de erişildi).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) EASE Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

World Association of Medical Editors (WAME): www.wame.org (Ocak 2017'de erişildi)

Kaynak 1A: Dergi Stratejisi Geliştirmek

Öz: Dergi stratejisi planlama ve gözden geçirme için önerilen bir metodoloji

Derginiz için bir strateji geliştirme

Yeni bir derginiz olsun ya da daha önceden kurulmuş bir başlığa yeni bir bakış atıyor olun, derginizin neyi hedeflediği konusunda net olmalısınız.

Düşünmeniz gereken bazı sorular:

- Dergi hangi alanda olacak?
- Bugün hangi boşluklar var?
- Hangi probleme dikkat çekmek istersiniz?
- Dergiyi hangi yazar ve okuyucu kitlesi için hedefliyorsunuz?

Derginiz için yukarıdaki sorulara vereceğiniz cevapları özetleyen kısa bir yazı, “misyon” yazın. Bu, internet sitenizin Amaç ve Kapsam kısmının temelini oluşturacaktır (internet siteleriyle ilgili daha fazlası için Kısım C’ye bakınız). Bu soruları düşünmek aynı zamanda derginizin tanıtım aşamasına geldiğinizde de yardımcı olacaktır (Bölüm 14).

Stratejinizi gözden geçirme

1. Bir strateji planlamak devam eden bir egzersizdir – gerçek karar süreci genelde yılda bir kez gerçekleşse de (ve genellikle daha az sıklıkla!)
2. Strateji iki konuyu kapsar
 - a. Sorun çözümü
 - b. Yeni gelişmeler

Sorun çözümü

1. Çözmek istediğiniz sorunlar nelerdir?
2. Belirlediğiniz sorunlara ikinci bir kez bakın – sorunun kaynağına ulaştınız mı? (bazen sorun olarak yazdığınız şey sorunun bir özelliğidir – sorunun kendisi değildir) – sorunu çözmeden önce, sorunu doğru bir şekilde belirlediğinizden emin olmalısınız .

Örneğin:

Sorun: Çok fazla taksonomik makale gönderildi

Yanıt: Hepsini reddet

Sorun: Çok az başvuru

Yani asıl sorun, derginin taksonomik makaleler için iyi bir araç olarak algılanmasıydı, diğer araştırma türleri için değil. Bu nedenle farklı bir çözüm gerekebilir. Sadece makaleleri reddetmek değil – belki de bu, derginin taksonomi uzmanı bir dergiye dönüşmesi için ya da taksonominin konu kapsamının sadece bir parçası olduğunu açıkça belirtmekte dergiyi bölümlere ayırmak için bir fırsattır.

3. Sorunu niçin çözmek istediğinizi belirlemek önemlidir- bunun dergiye faydası nedir (bu, herhangi bir sorunu çözmek için önemini belirlemenize yardımcı olur).
4. Sorunları önceliklendirmek de önemlidir – Hepsiyle mücadele edemeyebilirsiniz, o nedenle en önemlisini seçin (çözmesi basit olan bazı sorunlarınız vardır, bu durumda önemli olmasalar bile onları da dahil etmelisiniz – Moral için bazı problemlerin çabucak çözülmesi iyi bir şeydir!).
5. Sorunu çözecek eylemleri tanımlamanız gerekir – sık sık belirli bir süre boyunca çeşitli eylemler gerekebilir.
6. Son olarak, eylemleri gerçekleştirmekten sorumlu olan bireyi tanımlamanız gerekir.

Yeni gelişmeler

1. Dış faktörler dergiye fırsatlar açabilir ve bunların araştırılması stratejik planın bir parçasını oluşturmalıdır.
2. Yeni gelişmeler, derginin gelecekte olmasını isteyeceğiniz bir "istek listesi" de içerebilir (örneğin beş yıllık süre).
3. Gerçekçi olmak önemlidir; fakat aynı zamanda yaratıcı olmak da – dengeli bir yaklaşım en iyisi!
4. Risk değerlendirmesi sorun çözümünden daha önemlidir - yeni gelişmelerin maliyetini dergiye (veya belki de sahip olduğu derneklere) olan faydaya karşı dengelemeniz gerekir.
5. Yeni gelişmeler sadece dergiye fayda sağlarsa yapılmalıdır, ve ne zaman ve ne yapılması gerektiğine yardımcı olmak için ne gibi faydalar sağlayacağını belirlenmesi önemlidir.
6. Sorun çözme genellikle göreceli basit bir eylem planını tanımlarken, yeni gelişmeler genellikle daha karmaşık planlama, düşünce ve analiz gerektirir.

Süreç ve izleme

Strateji süreci yönetimde ideal ya da doğru bir yol yoktur.

Önerilen bir metodoloji aşağıdakilerden bir ya da daha fazlasını içerebilir.

1. Ele almak istediğiniz sorunları ve fırsatları tanımlayın.

- Bu, editörlerin ve sahiplerin / yayıncıların bir toplantısında yapılabilir veya sadece editör tarafından kararlaştırılabilir.

2. Stratejik planların neden bunları ele alması gerektiğini açık bir şekilde belirten sorunların / fırsatların bir listesini yapın.

- Bu, yatırım gereksinimleri (ör. kadrolama seviyeleri) dahil olmak üzere dergi sahiplerine sunulan yazılı bir belgeyi içerebilir, böylece bir iş planı daha sonra sahipler tarafından yaratılır ve yazılır.

- Alternatif olarak, iç amaçlar için kullanılan gayri resmi bir belgeyi gerektirebilir - ancak neyi, niçin, kimin, ne zaman olduğunu listelemeyi unutmayın.

3. Hedeflerin anlaşılması üzerine, bir eylem planı oluşturmalsınız:

- Bu, eylemlerden kimin sorumlu olacağını, ne zaman yapılacağını vb. açıkça belirtmelidir.

- Ayrıca mevcut kaynaklar içinde özel olarak alınan gayri resmi eylemleri de içerebilirler.

İzleme, resmi yayın kurulu veya iş toplantıları veya sadece editörler / sahipler tarafından veya özel dergi çalışanları tarafından (ör: pazarlamadan sorumlu veya düzenleme veya üretimden sorumlu kişi) gayri resmi değerlendirme gerektirebilir.

Sorun çözümü - Önerilen form

Sorun	Sorun nedeni?	Çözülürse yararı	Gerekli işlemler	Zaman aralığı (veya bitiş tarihi)	Sorumluluk

Yeni gelişmeler - Önerilen form

Yeni gelişme	Gerekeçe	Dergiye yararı	Riskler	Öncelik	Eylemler	Zaman aralığı (veya bitiş tarihi)	Sorumluluk



ANAHTAR NOKTALAR
Stratejik planlamayı göz ardı etmeyin!
Çok çaba sarf etmeden bir dergiye büyük faydalar sağlayabilir.

Kaynak 1B: Editöryel Politikalar

Öz: Dergilerin, kararların gerekeceği konularda açıkça tanımlanmış politikaları olmalıdır. Bunlar genellikle etik ikilemler gibi sorunlu konularla uğraşır ve derginin sorunlarla tutarlı bir şekilde ilgilenmesini sağlamak için önemlidir.

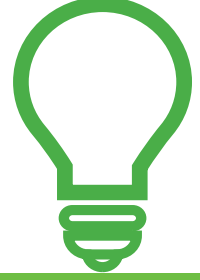
Politikalar, editörlerin, derginin nasıl işlediğine ilişkin net bir açıklama yapması ve çözmesi gereken sorunları ele alır. Tam bir şeffaflık için, bir dergi kendi politikalarını (gönderimden yayınlanmaya ve oluşabilecek tüm süreçleri ve sorunları içerecek şekilde) web sitesinde açıklamalıdır. Etik politikalar derginin profesyonel bir şekilde çalıştığını göstermektedir. Bazı problemler sıklıkla görülür ve bazıları nadiren olur. Sorunlar nadiren ortaya çıktığında, sorunun daha önceden nasıl yönetildiğini bilmek, tutarlı bir verilmesi yönünden yararlı olur. Bir problemin düzenli olarak ortaya çıktığı yerde, etkin bir şekilde başa çıkmak için bir sisteme ihtiyacınız vardır.

Politika örnekleri aşağıdakileri içerir:

- Gönderimi yöneten sistemler
 - Gönderimden sonra makalelere ne olacak?
- Editöryel ekip üyelerinden gelen gönderilerle nasıl başa çıkıyorsunuz?
 - Politikanız, tüm kararların yazar editör tarafından önyargılı olmadığını ve makalelerini yayınlama (veya reddetme) kararına dahil olmadıklarını göstermelidir.
- Yazarlık politikaları
 - Kimin yazar olarak adlandırılacağını belirlemek için hangi kriterleri kullanıyorsunuz?
- Yazarlık sorunlarıyla nasıl başa çıkıyorsunuz?
 - Etik konular dahil olmak üzere yazarlık sorununa yanıt vermek için hangi sistemleri kullanıyorsunuz?
- İtirazları nasıl yönetiyorsunuz?
 - Bir yazar yanlış bir karar verdiğinizi düşünüyorsa, buna itiraz ederse ne bekleyebilirler? Kararı kim gözden geçiriyor? vb.
- Olası çıkar çatışmalarıyla ilgili politikanız nedir?
 - Bir yazar, eleştirmen veya editörde bir çıkar çatışması hakkında ne düşünüyorsunuz ve bunlar hakkında ne yapıyorsunuz?
- Dergide reklamcılıkla ilgili politikanız
 - Dergide reklam kabul etme politikanız nedir? Reklam verirken ve kabul ederken ne gibi etik düşünceleriniz var?
- Telif hakkı politikanız
 - Yazarların haklarını yayınlama ve haklarına saygı gösterilmesini sağlamak için hangi sistemlere sahipsiniz?
- Dergi finansmanı
 - Derginin finansmanının nereden geldiği (yani, dergiyi yürüten / derginin sahibi kuruluşlar) ve fonu kabul etme politikanızın ne olduğu, kimin ve hangi şartlar altında yapıldığı açık mı?
- Dağıtım modelleri
 - Dergi açık erişim mi yoksa abonelik temelli mi ve basılı bir sürüm oluşturuldu mu?

Disiplinize, topluluğunuza ve bulunduğunuz yere özgü politikalar da olacaktır (örneğin bazı sağlık dergileri etik onay kanıtı gerektirir). Tüm politikalar bir sorundan önce yazılmayabilir ve dergi geliştikçe politikalarınızı oluşturmanız veya olgunlaştırmanız gerekecektir.

Neyse ki, COPE web sitesinde bu konuların çoğunda açık kılavuzlar var: publicationethics.org. Dergi editörleri için EMAME el kitabı, dergilere yönelik politikalarla ilgili çok sayıda bilgi de sağlar (bu bölümdeki kaynaklara bakın).



ANAHTAR NOKTALAR

Dergi politikaları birçok işleve hizmet eder:

- Editörlerin tutarlı kararlar almasına yardımcı olur
- Süreçlerin daha şeffaf olmasını teşvik ederler
- Sorun çözümüne yardımcı olurlar
- Derginin bütünlüğünü göstermesini sağlarlar.

Bölüm 2. Editöryel Yapılar

Uygun bir editöryel yapınız var mı? Birçok derginin farklı editöryel pozisyonları ve sorumlulukları olmasına rağmen, bazı temel standartlar vardır. Bunlara uyup uymadığınızı görmek için aşağıdaki listeyi kontrol edin:

	Evet	Geliştirilebilir	Hayır
1. Derginin içeriği konusunda en üst sorumluluğu bulunan bir Genel Yayın Yönetmeni (Baş-editör: Editor-in-Chief: EiC) (veya kıdemli editörler ortaklığı) var mı? (EiC'nizin farklı bir başlığı olabilir)			
2. EiC'yi desteklemek için yerleşik bir editöryel yapınız var mı?			
3. Dergiyi desteklemek için doğru editöryel yapınız var mı?			
4. Editör ekibinin tüm üyeleri için açık bir rol ve sorumluluk listesi var mı?			
5. Tüm editöryel ekibin (EiC dahil), rollerini, sorumluluklarını ve görev süresini özetleyen yayıncı / dergi sahibi ile bir anlaşması var mı?			
6. Tüm yayın kurulu üyeleri için sabit bir görev süreniz var mı?			
7. Editör ekibinin tüm üyeleri dergide açıkça belirtilmiş mi (basılı ve / veya çevrimiçi) ?			
8. Yayın kurulu, derginin amaçlarını ve hedeflerini açıkça karşılıyor mu ve destekliyor mu?			
9. Editörleri değiştirmek / eklemek için bir prosedürünüz var mı?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak, bu web siteleri ve referanslar da yararlı olabilir:

Committee on Publication Ethics (COPE) publicationethics.org (Ağustos 2013'te erişildi).

COPE: Code of Conduct And Best Practice Guidelines For Journal Editors.

publicationethics.org/resources/guidelines (Ocak 2017'de erişildi).

Council of Science Editors (2012) CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update. www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331 (Ocak 2017'de erişildi).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame (Ocak 2017'de erişildi).

International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE): www.icmje.org (Ocak 2017'de erişildi). Smart, P, Maisonneuve,

H and Polderman, A (2013) EASE Science Editors' Handbook, 2nd edn.

European Association of Science Editors. www.ease.co.uk World Association of Medical Editors (WAME): www.wame.org (Ocak 2017'de erişildi).

Kaynak 2A: Editöryel Sorumluluklar

Öz: Editörlerin ve derginin sahiplerinin / yayıncılarının editör sorumluluklarının farkında olmaları ve bunlara uydularından emin olmaları önemlidir. Bu kaynak, editörlerin uluslararası kabul görmüş sorumluluk seviyelerini özetlemektedir.

Görevler

Her dergi, "karar verme" editörlerine sahip olmalıdır - tam olarak ne yayınlayacaklarına karar veren bir veya daha fazla kişi. Editörün görevleri her dergi için biraz değişecektir, ancak bu kıdemli editörler (genellikle kendi alanlarında çok saygın araştırmacılar) derginin editöryel süreçlerinin bütünlüğünden sorumludur. Görevler genellikle derginin hedeflerini belirlemeyi ve kabul etmeyi (vizyonunu ve neyi yayınlamayı amaçladığı) içerir ve dergiye gönderilen tüm makaleler için alındıları, kalite doğrulama ve yayın kararını denetler. (Başkalarının gönderilen makaleleri alma ve ele alma yönetimiyle ilgilenebileceğini unutmayın, ancak editör - bir şirket Yönetim Müdürü gibi - süreçlerden nihai olarak sorumludur). Bazı editörlerin, diğer yayıncılık meseleleri (örneğin, üretim süreçleri) için sorumluluk almaları da gerekmektedir. Bu nedenle, yeni atanan herhangi bir editörün, hangi alanları kontrol etmesi ve sorumluluk alması gerektiği konusunda tamamen emin olması önemlidir.

İçerik sorumlulukları

Editörler derginin içeriğinden müşterek olarak sorumludur. Hakemler onlara tavsiyelerde bulunsa da, neyin yayınlanacağı kararı editörlere aittir. Farklı editöryel yapılara bağlı olarak, bu kararı verme sorumluluğu tamamen yazı işleri müdürüne ait olabilir veya küçük grup temsilcisi veya bölüm editörleri tarafından paylaşılabilir. Neyin yayınlanması gerektiğine ilişkin kararın tamamen hakemlerin önerilerine göre yapılmaması önemli bir noktadır - onlar sadece danışmanlardır. Ancak, içerik için editörlerin tamamen sorumlu olması mantıksız olurdu - dolandırıcılık, intihal, vb. nihai sorumluluk yazarlara aittir ancak editörler nelerin yayınlanacağına dair seçimlerde özen göstermeli ve kararlarını iyi uygulama kanıtlarıyla desteklemeye hazır olmalıdırlar - örneğin tarafsız hakem değerlendirmesi gibi.

Etik sorumluluklar

Editörler etik olarak çalışmalı ve itiraz edildiklerinde etik olarak çalıştıklarını gösterebilmelidirler. Bu, aşağıdakileri içeren çeşitli alanları kapsar:

1. Araştırmanın sağlamlığına ve yazının değerine bağlı olarak tarafsız kararların yayınlanması
2. Bir yazarın çalışmasını yayınlamak için rüşvet kabul etmemek
3. Çıkar çatışmasından kaçınmak - örneğin sadece arkadaşlarının veya meslektaşlarının çalışmalarını yayınlamamak
4. Önyargıdan kaçınma - kararların yazarın konumu ya da cinsiyeti ya da ırkı gibi önyargı olmaksızın yapılmasını sağlamak
5. Makalelerin işlenmesinde iyi uygulamaların sağlanması - yazarlara haksız davranmamak (örneğin kararları gereksiz yere geciktirmek)
6. Uluslararası davranış standartlarına uyulmasının sağlanması - örneğin yayın öncesinde yazarların gönderimlerinin gizliliğine saygı gösterilmesi ile ilgili
7. Bir yayının doğru olmadığı ortaya çıktığında kararları gözden geçirmek için istekli olun, yazım hataları, vb.

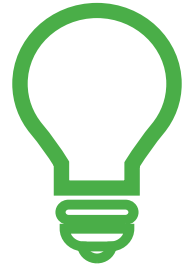
Editörlerin sorumlulukları için mükemmel bir kılavuz,

Yayın Etiği Komitesi (Committee on Publication Ethics: COPE) tarafından yayınlanmaktadır

Davranış Kuralları ve dergi editörleri için en iyi uygulama kılavuzları.

Rehberin altındaki COPE internet sitesinde ücretsiz olarak mevcuttur.

publicationethics.org/resources/guidelines.



ANAHTAR NOKTALAR

Dergi editörü (veya eşdeğeri) dergi içeriğinden sorumludur, bu nedenle, derginin hedeflerini desteklemek için, neyin yayınlanacağına dair seçimlerde, derginin amaçlarını ve kendi disiplinlerini geliştirmeyi desteklemek amacıyla etik, dürüst ve çalışkanlık göstermelerini sağlamak onların sorumluluğundadır.

Kaynak 2B: Editöryel Ekip ile Çalışma

Öz: Editöryel ekip (yazı işleri ekibi) genellikle, farklı yerlerde bulunan ve editöryel ve içerik sorumluluklarını paylaşan insanların bir karışımını içerir. Onlarla iyi çalışma ilişkilerini sağlamak ve derginin başarısına katkıda bulunmalarını sağlamak çok önemlidir.

Editöryel ekip kimlerdir?

Her dergi editöryal süreçlerle ilgili birden fazla kişiye sahip olmalıdır. Her zamanki editöryel takımlar aşağıdakileri içerir:

- Genel yayın yönetmeni (Baş-Editör: Editor-in-Chief: EiC)
 - Kaynak 1A'da belirtilen sorumlulukları olan bir, bazen iki veya üç, kıdemli editör.
- Yönetici (Managing Editor) veya idari editör
 - Makale gönderimlerinin işlenmesi için idari destek.
- Ön veya Yardımcı editör
 - Makalelerin uygunluğu konusunda karar verme sorumluluğu olan küçük bir sayı (belki üç veya altı) kıdemli editör.
- Yayın Kurulları
 - Makalelerin işlenmesine veya kalite kontrolüne doğrudan dahil olmayan, ancak dergi için sıklıkla eleştiren ve dış savunucu olarak hareket eden bir editörler kurulu.

Editöryel anlaşmalar

Editör ekibinin yeni bir üyesi işe alındığında, yazılı bir anlaşmaya sahip olmaları gerekir (bunlar oldukça gayri resmi, bazen sadece bir mektup veya e-posta olsa da). Anlaşma şunları içermelidir:

Görev süresi

- Bu, dergi için hiçbir şey yapmazlarsa, herhangi bir neden göstermeden söz konusu sürenin sonunda değiştirebilmenize izin verdiği için yararlıdır!
- Belki isteğe bağlı bir uzatma sunulabilir - örn. bir süre daha uzatmak için 3 yıllık bir süre seçeneği
- Belirli bir bildirim süresi (belki de üç ay) ile görev süreleri boyunca editör ekibinden ayrılmalarını sağlayan bir seçenek eklemelisiniz.

Dergide ne yapacaklarına ilişkin beklentiler

- Örneğin: Dönemleri boyunca bir editör sağlamak, hakem olarak görev yapmak.
- Dergiyi tanıtmaya yardım etmeleri beklenmelidir (Bölüm 14'e bakınız).
- Geri bildirim yapmaları gerekebilir ve dergiyi geliştirmeye yardımcı olabilirler.

Ne 'ödül' alacaklar

- Örneğin; finansal giderler veya hizmet karşılığı ödenen ücret (nadir) veya derginin ücretsiz kopyası (basılı dergiler için her zamanki gibi), dergide teşekkür kısmı (beklenen).

Davranış kuralları

- Yayın Etiği Komitesi (Committee on Publication Ethics: COPE) tarafından belirlenen etik kurallar çerçevesinde çalışmak.
- Herhangi bir çıkar çatışması varsa beyan etmek, örneğin kendi kurumlarından bir gönderiyi yönetmesi istendiğinde.

Toplantılar ve iletişim

- Katılmak istedikleri toplantılar, örneğin yıllık editörler kurulu toplantısı.
- Düzenli veya ara sıra iletişim için herhangi bir beklenti, belki, yıllık rapor editörlük ekibinden editörlük ofisine gönderilir veya onlardan geri bildirim talep edilir.

Editör ekibinin en iyi şekilde kullanılması

Makaleleri incelemeye ek olarak, yayın kurulu üyeleri dergi için harika bir kaynaktır ve aşağıdaki konularda yardımcı olabilir:

- Derginin disiplini hakkında geribildirim sağlama - hangi konular “sıcak”, hangi yazarların katkıda bulunmaya davet edilmesi gerektiği gibi.
- Yayınlanan dergi hakkında, baskı ve çevrimiçi sunumun nasıl yapıldığını ve neleri sevmediğini, yayınlamanız için önerdikleri makalelerin türlerini, rakip dergilerinizin benimsemeyi düşündüğünüz şeyleri, vb.
- Dergi süreçleri hakkında geri bildirim sağlamak – eser işleme sistemi geliştirilmesini veya hakem rehberlerinin iyileştirilmesini önermek.
- Dergiyi tanıtmaya yardımcı olmak, belki de toplantılara el ilanları vererek ya da sunulan slayt gösterilerinde dergiden bahsetmek.
- Seçilmiş makalelere başlık koyup hakkında yorumlar yapabilirler.



ANAHTAR NOKTALAR

Bir editör ekibinin, dergilerinin başarısını sağlamak için ortak hedefleri, vizyonu ve kalite standartlarına sahip olması gerekir. Paylaşılan sorumluluklar bir dergiyi daha sürdürülebilir kılar ve derginin yararına becerilerin geliştirilmesine ve bilgileri paylaşılmasına yardımcı olur.

Kaynak 2C: Dergi Editörü Anlaşması

Öz: Tüm editörler derginin sahibi ile rollerini ve sorumluluklarını ve sahibinin de rol ve sorumluluklarını açıkça belirten bir anlaşma yapmalıdır. Genel Yayın Yönetmeni (veya eşdeğeri) için bu bir yasal belge şeklinde olabilir, ancak aynı zamanda gayri resmi bir yazılı anlaşma olabilir önemli olan, herkesin ne yapması gerektiğini bilmesinin sağlanmasıdır.

EiC'nin sözleşmesinde yer alması gereken ana öğeler şunlardır:

Görev süresi (yani editör ne kadar süreyle kalacak)

- Genellikle beş yıl, bazen uzatma olasılığı vardır - böylece editör, herkes mutlu olursa, daha ileri bir zamanda da pozisyonunda kalabilir.
- Her iki tarafın da sözleşmeyi erken bitirmek istediğinde veya sözleşmenin sonunda bir uyarı süresi içermesi gerekir - bu genellikle yeni bir EiC'nin yerine getirilmesine izin vermek için 6 ila 12 aydır.
- Üst üste gelmek - ideal olarak yeni bir editör, mevcut editör ile yaklaşık iki ay kadar birlikte çalışmalı, böylece bilgi aktarılabilir.

Editörün görevleri. Bunlar aşağıdakilerden bazılarını veya tümünü içerecektir:

- Dergi içeriğinin kalitesini sağlamak için sorumluluk alın.
- Hakem değerlendirme sürecinin doğru şekilde yapıldığından emin olun.
- Yayın kurulu üyelerini belirleyin veya tavsiyede bulunun.
- Kabul kararları ile ilgili yazarlarla iletişim kurun.
- Dergi sahibiyle ilgili sorunları uygun şekilde dile getirin.
- COPE (Committee on Publication Ethics: Yayın Etiği Komitesi) kılavuzları ile çalışın.
- Derginin intihal veya yasadışı (ör., hakaret, telif hakkı ihlali, vb.) içerik yayınlamadığından emin olmak için dikkatli bir görev yapın.
- Her bir konu için uygun miktarda içeriğin hazır olduğunu (mümkün olduğunca) temin etmek için yayın programında çalışın.
- Dergiyi tanıtmaya yardımcı olmak için yayıncıyla çalışın.

Telif hakkı

- Sahibinin dergiye sahip olması normaldir. Yazarlar kendi makalelerinin mülkiyetini elinde bulundursa bile, dergi sahibi koleksiyonda telif hakkına sahip olacaktır - bu yüzden anlaşma bunu belirtmelidir.

Mali durum

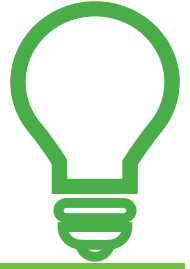
- Anlaşma, dergi sahibinin editöre ne gibi masrafların geri ödeneceğini ve editöre bir hizmet bedelinin ödenmesi gerektiğini belirtmelidir.

Toplantılar ve iletişim

- Editörün herhangi bir toplantıya katılması gerekiyorsa, bu dahil edilmelidir. Aynı zamanda, diğer editörler kurulu üyeleriyle düzenli olarak görüşmek zorundaysa, bu da dahil edilmelidir.
- Birçok editörün, her yıl yayıncılık istatistikleri, başarılı olan veya olmayanlar hakkındaki yorumları ve herhangi bir hedef hakkında dergi sahiplerine bildirimde bulunması gerekmektedir. Bunlar herkesin birbiriyle ve derginin geliştiği konusunda mutlu olmasını sağlamakta faydalı olabilir.

Yayıncının görevleri. Bunlar aşağıdakilerin bazılarını veya tümünü içerir

- Yayıncının veya dergi sahibinin etkisinde kalmadan en iyi içeriği seçmek için editörlerin editöryel bağımsızlığına saygı duymak.
- Kabul edilen makalelerin yayına hazırlanması (editör bunu yapabilir).
- Dizgi, dosya formatlama, baskı tasarımı ve çevrimiçi versiyonlar.
- Dergiye uygun yazılım ve ekipman sağlanması (ör. çevrimiçi başvuru yazılımı).
- Yıllık programı belirleme (editörle görüşülmeli).
- Gönderim de dahil olmak üzere her bir sorunu gerektiği gibi yüklemek ve / veya yazdırmak.
- Uygunsa reklam ve aboneliklerin satılması ve ayrıca (eğer uygunsa) makale yayınlama ücretlerinin yönetilmesi (EIC'nin bunları yapmadığı konusu önemlidir çünkü bunları yapmak bir çıkar çatışması oluşturabilir!).
- Pazarlama ve tanıtım.
- Telif hakkı ve diğer hakların yönetilmesi.

**ANAHTAR NOKTALAR**

Her editör, alanlarının ve sorumluluk düzeyinin tamamen farkında olmalıdır ve yazılı bir anlaşma, yanlış anlaşılmanın olmadığından emin olmanın en iyi yoludur.

Kaynak 2D: Yayın Kurulları - Kompozisyon

Öz: Bir editöryel ekibin yapısı sadece editörü desteklemek değil, aynı zamanda dergiyi desteklemek ve derginin yazarlarına ve okuyucularına bildirilmesi için önemlidir.

Bir editör kurulunun doğru yapısı nedir? Net bir cevap yoktur, ancak aşağıdaki öğeleri göz önünde bulundurmalısınız.

- Yayın kurulu derginin ilgi alanlarını - coğrafi olarak ve konuyla ilgili - sunmalıdır - eğer genel bir dergiyse, yayınlamayı umduğunuz konu uzmanlıklarından temsilcileriniz olmalıdır.
- Derginin uluslararası olmasını istemesi durumunda, yayın kurulu da uluslararası olmalıdır.
- Belirli bir bölgeden ya da ülkeden yazarları çekmeyi umuyorsanız, dergide temsil edildiğini göstermek için o bölge ya da ülkeden bir ya da daha fazla editöre sahip olmalısınız.
- Kurul, ismini dergiye koymaya istekli bazı iyi bilinen kişileri de içermelidir - bu, dergiye güvenilirlik kazandırır.
- Her yayın kurulu üyesi dergi için çalışmayacaktır (çok kıdemli insanlar genellikle çok meşgul). Bu nedenle, dergi için zaman ve enerji vermeye istekli bazı hevesli insanların olduğundan emin olmalısınız.
- "Yeni nesil"i hatırlayın ve yayın kurulu için bir miktar daha genç üyeleri düşünün - onlar daha hevesli ve dergiye çalışmak için istekli olabilirler.
- Ayrıca, kurulda cinsiyet ve etnik köken ile ilgili dengeyi de göz önünde bulundurmalısınız.
- Yayın kurulunun üzerinde, yayınlanacak makaleleri ve derginin stratejisini tartışmak için düzenli olarak (şahsen veya Skype / telefonla) toplanabilen daha küçük bir danışma kurulu veya editör grubu olabilir. Sadece küçük dergiler bunu tek başına yapmak için editöre güvenebilir.
- Editörün mevcut olmadığı ve belki de ilk kararları vereceği zaman yardım edecek bir yardımcı editör düşünebilirsiniz.
- Derginin farklı bölümlerinin sorumluluğunu üstlenecek belirli kişileri atamayı düşünebilirsiniz, belki de kitap incelemeleri, olgu sunumları, düşünce yazıları vb.



ANAHTAR NOKTALAR

Herhangi bir derginin editöryel yapısı, doğru yapının seçildiğinden emin olmak için dikkatle değerlendirilmelidir. Her dergi aynı yapıya ihtiyaç duymaz.

Bölüm 3. Yayın Ofisi

Yeterli ve etkili bir yazı büronuz var mı? Derginin yönetimi, başarısının ve verimliliğinin önemli bir parçasıdır. Derginizin nasıl karşılaştırıldığını görmek için aşağıdaki listeyi kontrol edin:

	Evet	Geliştirilebilir	Hayır
1. Başvuruların ve hakem değerlendirmesinin yönetimini denetleyen bir (veya daha fazla) kişi var mı?			
2. Editöryel ekibin tüm üyelerine ve dergi yayıncısı / sahibine sağlanan derginin süreçlerine ait düzenli (ör. yıllık) raporları var mı?			
3. Sistemler yazarlara, hakemlere ve editöryel kurul sorularına hızlı bir şekilde (beş gün içinde) cevap verecek durumda mı?			
4. Derginin yönetimi verimli bir şekilde mi yürütülüyor?			
5. Editörleri bilgilendirmek amacıyla sunumlar ve yorumlarla ilgili yeterli kayıtlar tutuluyor mu?			
6. Yorumcuların ve yazarların verileri uygun yorumcular ve önceki başvuruları araştırmak için korunmuş mu?			
7. Tüm dergi idari kayıtları güvenli bir şekilde yedekleniyor mu?			
8. Tüm gönderimlerin teslim alındığını beş iş günü içinde teyit ediyor musunuz?			
9. Karar verdikten sonraki bir hafta içinde yayın kararlarını yazarlara iletiyor musunuz?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak, bu web siteleri ve referanslar yararlı olabilir:

Committee on Publication Ethics (COPE) publicationethics.org (Ocak 2017'de erişildi).

Council of Science Editors (2012) CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update. www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331 (Ocak 2017'de erişildi).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame/ (Ocak 2017'de erişildi).

Hames, I (2007) Peer Review and Manuscript Management in Scientific Journals: Guidelines for Good Practice. Blackwell Publishers in association with ALPSP.

International Society of Managing and Technical Editors (ISMTE): www.ismte.org (Ocak 2017'de erişildi).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) EASE Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

Kaynak 3A: Yayın Ofisinin Çalışması

Öz: İyi bir yönetim, bir derginin operasyonel başarısı için hayati öneme sahip olduğundan (herhangi bir işletme için olduğu gibi) verimli bir yayın ofisi çok önemlidir.

Yayın ofisi (editörlük bürosu) nedir?

"Yayın ofisi" terimi, gönderilerin işlenmesinin gerçekleştiği kişi veya yeri tanımlamak için kısa süreli bir terim olarak kullanılır – gönderilen (e-posta ya da çevrimiçi) makalelere bakılan, hakemlik sürecinin yönetildiği (e-posta ile davetleri seçme ve gönderme), soru işaretleri ve daha fazlasıyla uğraşılan yer. Asıl yayın ofisi aslında Genel Yayın Yönetmeni olabilir veya sekreteri olabilir veya yayınevinin ofisinde bir kişi (veya büyük dergiler için bir ekip) olabilir.

Yer ve iletişim

Yayın ofisinin editörler ile aynı yerde olması gerekmez, ancak olursa da iletişimin çok daha kolay olması sağlanabilir. Çevrimiçi iletişim iyi çalıştığı sürece editörlük ofisi farklı bir ülkede olabilir ve çevrimiçi gönderimler yapılabilir. Bazı dergiler yayın ofisini uzman şirketlerden temin eder ve bazı yayıncılar bu hizmeti ofislerinden temin ederler. Editörlük bürosunun zamanında, kibar, doğru ve bilgilendirici iletişim sağlaması hayati önem taşımaktadır. Bunlar genellikle derginin "halka açık yüzü" dür - yazarlar, hakemler ve yayın kurulunun ilk konuştuğu kişidir. İletişim becerilerini kullanarak dergiye iyi bir izlenim vermeleri önemlidir.

Yönetici editör nedir?

Bir yönetici editör, editörlük bürosunun günlük işleyişini denetleyen kişiye sıkça verilen başlıktır. Bu pozisyonun durumu, dergiler arasında değişecektir ve oldukça kıdemli bir pozisyon veya daha idari, küçük bir pozisyon olabilir. Genel olarak yönetici editörler, dergi konusu hakkında bilgi sahibidir ve bir makalenin kapsam dışı olduğuna veya dergi için uygun olmadığına karar verirse derhal reddetme kararlarını verebilirler. Bazen editörlerden bağımsız olarak hakem seçme ve editörlerin nihai kararları için hakem raporları alma sorumluluğu verilir.

Faaliyetler

Yayın ofisi aşağıdakilerden sorumludur:

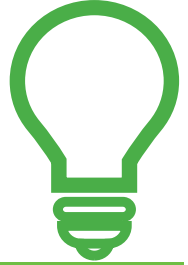
- Gönderilerin alındığını kabul etmek
- Bazen, açıkça uygun olmayan tüm gönderimleri (örneğin yanlış disiplin içinde) reddetmede ilk kararı vermek
- Gönderimin tamamlanmasını sağlama (eksik öğeler, ör. sanat eseri).
- Editörlerin hakemleri hızlı bir şekilde seçmelerini sağlamak (bazen hakemleri kendileri seçeceklerdir).
- Hakemleri davet etmek.
- Hakemlere makaleler göndermek veya çevrimiçi sistem üzerinden kabul edenleri izlemek.
- Son hakem raporlarını takip etmek.
- Geç gözden geçirme raporlarını takip etmek.
- Sisteme hakem değerlendirme istatistiklerini yüklemek (örneğin, zamanında geri dönüp dönmedikleri, yararlı yorumlar sağladıkları vb.).
- Sorgularla uğraşmak (yazarlardan, hakemlerden, editörlerden).
- Editörlerin zamanında karar vermesini sağlamak.
- Hakemleri nihai kararlar hakkında bilgilendirmek.
- Kararın yazara iletilmesi.

- Yazarların revize edilmiş makalelerini takip etmek.
- Editörün programdaki bir konu için makaleleri seçmesini sağlamak.
- Yayın ofisi aynı zamanda üretim ile örtüşebilir ve aşağıdakileri üstlenebilir:
 - Sorunun toplanması
 - Kanıtları gönderme, düzeltmeleri koordine etme
 - Basıma hazır olması ve siteye yüklemeye hazır hale getirilmesi
 - Gönderim için basılı kopyaları kontrol etmek
 - Gönderim için abone etiketlerinin verilmesi
 - İnternet sitesi güncellemelerini kontrol etme
 - Gerekirse internet sitesi haberleri, uyarılar vb. yüklemek

Raporlama

Yayın ofisinin önemli bir işlevi, yazı işleri ekibinin geri kalanına raporlar sunmaktır. Bunun nedeni, derginin ilerleyişini izlemek, süreçlerin ne kadar sürdüğünü ve nerede geliştirilebileceğini öğrenmek ve herhangi bir sorunlu alan varsa örneğin belirli bir bölgeden gönderileri almamak (veya reddetmek) veya kurum veya ülke. Raporlar genellikle şunları içerir:

- Geri dönüş süreleri (incelemek için gönderim, ilk karar, inceleme süresi, revize etme süreleri, yayınlama zamanı vb.)
- Gönderimlerin hangi konularda ve nereden geldiklerini gösteren sayısı.
- Reddetmelerin hangi konularda ve nereden geldiklerini gösteren sayısı.
- Reddetme / kabul etme ve revizyon yüzdeleri.



ANAHTAR NOKTALAR

Makale gönderimi yönetimi ve süreci hakem değerlendirmesinden son karara kadar etkili bir şekilde ele alınmalıdır. Gönderilen makalelerin verimli ve güvenilir bir şekilde işlenmesi, editöryel sürecin önemli bir parçasıdır ve bir derginin itibarını iyileştirebilir veya kötüleştirebilir.

Bölüm 4. Yayınlama Düzenliliği

Düzenli olarak, zamanında ve yazarlar için minimum gecikmeyle yayınlıyor musunuz? Görünüşte basit bir soru olsa da, kontrol edilmesi gereken farklı kriterler var. Aşağıdaki listeyi nasıl yaptığınıza bakın:

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Basılı dergi sayılarını (basılı bir derginiz varsa) planlanan aydan (ya da hafta) önce mi yoksa sonra mı yayınlıyorsunuz?			
2. Online dergi sayılarını (online bir derginiz varsa) planlanan aydan (ya da hafta) önce mi yoksa sonra mı yayınlıyorsunuz?			
3. Basılı dergi sayılarını (basılı bir derginiz varsa) planlanan aydan (ya da hafta) önce mi yoksa sonra mı gönderiyorsunuz?			
4. Dergiye yıllık bir program oluşturuyor musunuz?			
5. Yayın programınız web sitenizde açıkça belirtilmiş midir (varsa)?			
6. Yayın programınız basılı derginizde açıkça belirtilmiş midir (varsa)?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak, bu web siteleri ve referanslar yararlı olabilir:

Campbell, R, Pentz, E, Borthwick, I (eds) (2012) Academic and Professional Publishing. Oxford: Chandos Publishing.

Cope, B and Phillips, A (eds) (2014) The Future of the Academic Journal, 2nd Edition. Elsevier.

Cox, J and Cox, L (2009) Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers. Learned Publishing 22, 75–77.

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.

NFAIS (2009) Best Practices for Publishing Journal Articles. www.nfaiss.org/best-practices (Şubat 2017'de erişildi).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn.

European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

Kaynak 4A: Dergi Üretimi için Zamanlama

Öz: Dergi (ve kitap) yayınlamak için bir program oluşturma konusunda temel bir rehber.

Dergilerin bir üretim programı olması çok önemlidir. Bu durum birkaç amaca hizmet eder:

- Kritik zamanlarda ofiste olmanızı sağlar!
- Resmi tatilleri planlar
- Yılın yoğun zamanlarını planlar
- Derginin nasıl ilerlediğini görülmesini sağlar – Bu konuda bir şey yapmak için çok geç olmadan!

Dergi Zamanlaması

Kavramsal olarak, dergilerin iki ayrı aşaması vardır:

- Editöre gönderme ve akran değerlendirmesi
- Makale kabulünden sonra üretim

Birinci aşama için zamanlama olması olağan değildir – çünkü gönderme ve danışmanlık / revizyon zamanı kolayca tahmin edilemez.

Ancak, 2. aşama için bir zamanlama programının olması önemlidir - sayıların üretimi için.

Editöryel Aşamalar

Editöryel süreçte ortaya çıkan aşamalar, Aşağıdaki akış şemasında özetlenmiştir. Sık sık gözden geçirme gereği nedeniyle, bu aşamalara kesin tarihleri söylemek mümkün değildir, ancak genellikle kabul edilen süreler aşağıdaki gibidir:

Gönderimden ilk karara 1-2 hafta

Editöryel karar için inceleme zamanı 3-12 hafta

Yazarın düzeltme zamanı 1 hafta – 6 ay ne istendiğine bağlı

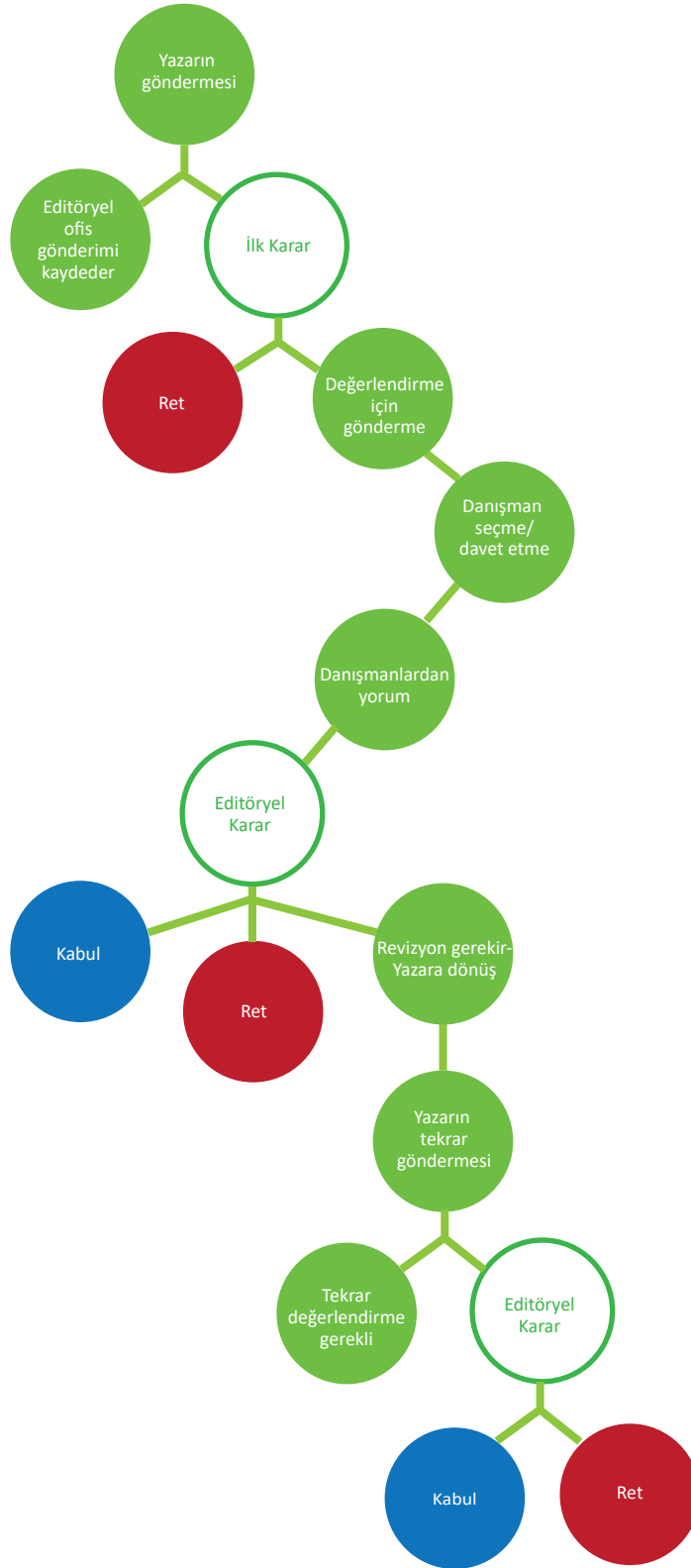
Son karar için zaman 1-2 hafta (daha fazla gözden geçirme gerekli değilse)

Üretim aşamaları

Dergilerin üretimi iki yoldan biriyle programlanabilir:

1. Bir sayı için tüm makaleler kabul edilene kadar bekleyin. Bir sayının tüm makaleleri kabul edildikten sonra, bunlar önce yayınlanmak üzere sonra dizgi için gönderilir. Bu metodolojide, tüm sayı tek bir öge olarak hareket eder. (Bu genellikle kitap programlama ile karşılaştırılır.)
2. Alternatif olarak, her makalenin kabul edildiği şekliyle ele alın: her makalenin, "basım için düzenlenme" aşamasına ulaşana kadar kendi hareket dizisine (ve kendi programına) girmesine izin ver (örn; dizgi, gözden geçirme ve düzeltme ama sayfalandırma değil). Bu noktaya geldiğinde ve sayıya dahil edilmek üzere seçildikten sonra, planlanan tarihte yayınlanmasını sağlamak için sayının çizelgesine katılacaktır.

EDİTÖRYEL AŞAMALAR: Temel Akış Şeması



Ortalama süreler

Herhangi bir aktivitenin ne kadar sürmesi gerektiğini tahmin etmek çok zordur: Aşağıdakiler İngiltere endüstrisinin genel tahminidir.

Makalenin düzeltilmesi:	Saatte ortalama 8 sayfa yazım hızında – kompleks, matematiksel ve yüksek referanslı işlerde yavaş, basit ve sürekli işlerde hızlı
Dizgi:	Her makale için genellikle bir ya da iki hafta verilir. (Tüm sayı bir kerede gönderildiyse, biraz fazladan zaman vermeniz gerekebilir - ama çok değil!)
Prova okuma:	Yazarlara genellikle beş iş günü verilir
Prova düzeltme (dizgici tarafından):	Düzeltilmelerin miktarına bağlı olarak genellikle 5 -10 gün verilir (ve ne düzeyde düzeltme yaptıklarına göre farklı dergiler farklı kurallara sahiptir)
Sayının seçimi:	Makaleleri seçmek ve son sayı düzeltilmeleri için genellikle dört-beş gün verilir. (içindekiler, kapak vb)
Baskı:	Genellikle 3 hafta
Dağıtım:	Sıklıkla unutulur – ama posta ücretinin zaman aldığını hatırlamalı ve bir program planlarken buna izin vermelisiniz.

Program bilgisi sağlama

Çoğu insanın detaylı programı bilmesi gerekmez, sadece bunlarla ilgili kısımlar;

Örneğin; editörün mutlaka bilmesi gerekenler:

- Son tarihte makalelerin kabul edilmesi gerekir ve sayıya kabul edilmesi için kopyalama editörüne verilir.
- Sayı için makaleleri seçmesi gerektiğinde (eğer bunu yaparlarsa)
- Sayı yayınlandığında

Baskıcılarınız, sadece basım için ne zaman dosyalar / kopyalar geleceğini bilmelidir.

İpucu: İnsanlara çok fazla bilgi vermeyin, ne kadar çok bilgi alırlarsa, o kadar az dikkat ederler.

Eşzamanlı çizelgeler

Standart bir programda her makale kendi aşamalarından geçer. Daha sonra bir konuyla ilgili makaleler bir araya gelerek son aşamalardan geçiyor. Bununla eş zamanlı olarak, kapağın oluşturulduğundan ve zamanında üretildiğinden emin olunması gerekir. Bu endeksler, sayıyla birleşmek için zamanında düzenlenmekte ve herhangi bir reklam ya da diğer materyaller de sayının üretimini geciktirmeyecek şekilde planlanmaktadır.

Online ortamda, bir sayının yüklenmesinin biraz zaman alabileceğini unutmayın. Bu nedenle, bu sayının yayınlamadan önce basılması gerekiyorsa, bunun da planlanması gerekir. Bazen online sayılar için dosyalar hazır baskıdan sonra üretilir ve online sayı gecikebilir.

Yıllık program belirleme

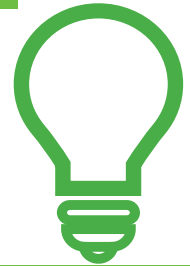
Programların oluşturulması her yıl yapılmalıdır - ve yılın başında hiçbir gecikme olmaması için yeterince önem gerekir. Çünkü programın "başlangıç" tarihi yayın tarihi olduğu için (örn;. Mart, haziran, eylül, aralık) programın bundan geriye doğru çalışması gerekiyor – örneğin:

Sayının abonelere ulaşması	Mart 15
Sayının postalanması	Mart 1
Hazır basılı kopyalar	Şubat 27
Basılacak sayı	Şubat 8
Basılacak kapak	Şubat 8
Onaylanmış sayı provaları	Şubat 7
Onaylanmış kapak provaları	Şubat 7
Kabul edilmiş sayı provaları	Şubat 5
Kabul edilmiş kapak provaları	Şubat 5
Sayıların seçimi	Ocak 28

Son tarihten geriye doğru çalışmak, mantıksızdır ve hatalara yol açabilir. Bu nedenle, mümkün olduğunda, Excel'in kullanılması önerilir. Excel, bir "başlangıç" tarihi ve her eylem için gün sayısı verildiğinde bir zamanlamayı hesaplayabilir: ör.

A	B	C	D
1	Program başlangıcı	-1	
2	Kabul için makalelerin seçimi	-5	
3	Sayının taslağın kabulü	-2	
4	Son düzeltmeler için taslağın geri gönderilmesi	-1	
5	Basım için taslağın tamamlanması	-1	
6	Basım	-10	
7	Basılı kopyaların alınması	-2	
8	Kopyaların dağıtılması	0	30 Ağustos

Bu tabloda, bu kutuların her biri bir sistem referansı ile bir "hücre" dir (üstte harfler ve yan tarafta sayılar) – örn; "basım" kutusu hücre B6 dir.



ANAHTAR NOKTALAR

Programlamalar önemlidir!
İlk programın hazırlanması zaman alabilse de bunu gelecek yıllar için şablon olarak kullanabilirsiniz. Bu zaman için iyi bir yatırımdır.

Hücre D7de , "= D8 + C7" hesaplamasını girin - bu size hücre D7 de 28 Ağustos gününü verecektir.

Ancak, bunda hafta sonları dikkate alınmaz ve sınırlı kullanım içindir. Neyse ki, Excel daha yararlı bir program sağlamak için hafta sonlarını (Excel'de "İŞ GÜNÜ" olarak adlandırılır) hesaplayabilir.

Geç yayınlarsanız ne olur?

Yazarları kızdırır

Okuyucuları endişelendirir ("belki de dergi sorun yaşıyordur")

Kütüphanecileri kızdırır ("benim kopyam nerede?")

Eksik sayılar için taleplere yol açar. (Kütüphaneciler basılmayan kopyaların teslim edilmediğini iddia edecekler – eğer geç kalırsa, bir talep başlatacaklar ve sonra iki (ya da daha fazla!) kopya alacaklar: bu da yayıncı için pahalıya mal olacaktır)

Eğer mart ayı ise ve mart sayısı yoksa bu internet sitesinde kötü gözükür.

Kısım B

İÇERİK KALİTESİ

Dergi stratejisi tamamlanıp, görevli kişiler yerine getirildikten sonra, süreçlerin net ve tutarlı olmasını ve derginin istediğiniz kalite ve standartlarda yayınlanmasını sağlamak önemlidir. Bu bölümde ele alınan unsurlar, Journal Publishing Practices and Standards (JPPS) çerçevesinin (www.journalquality.info) gereksinimlerinin çoğunu karşılayan anahtardır.

Bölüm 5. Yayın Niceliği / Niteliği

Okurlarınız için yeterli derecede uygun kalitede makaleler yayınlıyor musunuz? Eğer yeterli makale yayınlamazsanız, derginin devam etmeye değip, değmediğini sorgulamalısınız. Yeterli makale yayınlayıp, yayınlamadığınızı belirlemek için, lütfen gelecek soruları cevaplayınız:

	Evet	Genellikle	Hayır
1. Yılda en az 6 (tıp gibi bazı alanlarda 12-15) makale yayınlıyor musunuz?			
2. Yılda en az iki sayı (tıp gibi bazı alanlarda 3-4) yayınlıyor musunuz?			
3. Her yıl ya da her sayı için yayınlanacak hedeflenen yayın sayısı (ya da sayfa) var mı?			
4. Her yıl ya da her sayı için yayınlanması planlanan hedef yayın sayısını (ya da sayfasını) duyuruyor musunuz?			
5. Yeni içerik ve yeni yazarlar bulmak için yerleşik bir sistem ya da bir planınız var mı?			
6. Gönderi sayısındaki dalgalanmalarla başa çıkmak için stratejileriniz var mı?			
7. İstedığınız konularda yazarlardan etkileyici gönderiler elde etme metodlarınız var mı?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak, bu web siteleri ve referanslar yararlı olabilir:

Campbell R, Pentz E, Borthwick I (eds) (2012) Academic and Professional Publishing. Oxford: Chandos Publishing.
 Cox, J and Cox, L (2009) Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers. Learned Publishing 22, 75–77. doi:10.1087/095315108X378839 (Ocak 2017’de erişildi).
 Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.
 NFAIS (2009) Best Practices for Publishing Journal Articles. www.nfais.org/best-practices (Şubat 2017’de erişildi).
 Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors’ Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

Kaynak 5A: Yazarları Çekmek İçin Stratejiler

Öz: Editörlerin ve yayıncıların yayınlamak istedikleri içerik tipine çekici stratejileri olmalıdır. Sadece makale tiplerine değil, aynı zamanda konular, yazarlık, yazarların yerleri vs. Bu kaynak rehberi, bir derginin yayınlamak istediği türde makaleler nasıl çekileceği ve davet edileceği ile ilgili bazı öneriler sunar.

Kaynak 1A'da bir dergi stratejisinin gelişimi tartışıldı. Bu kaynak, Bölüm 1'de belirtilen dergi içeriğinin amaçlar ve kapsamı yansıtmasının nasıl garanti edileceğini ele alır. Bu aktivitelerin çoğunun derginizin görünürlüğünü arttırmak için "pazarlama" olduğunu unutmayın. Bu öneriler Bölüm E: Dergi promosyonu ile birlikte okunmalıdır.

Genel olarak artan yazı gönderileri

Yeni dergiler ya da yeterli kalitede düzenli gönderiler sağlayamayanlar için, yazarların size geldiğine güvenmek yerine yazarlara ulaşmayı garanti etmek önemlidir. Bunu yapmanın çeşitli yöntemleri vardır.

Reklam: Derginizi ilgili web sitelerinde, dergilerde ve haber bültenlerinde reklamını yapmak derginizin farkındalığını arttırmanın kullanışlı bir yolu olabilir ve eğer mesaj doğruysa, yazarları etkileyebilir. Metotlar şunları içerebilir:

- Karşılıklı reklam - bölgenizdeki başka bir dergiyle reklamları paylaşırsınız - kendi basılı sürümünüzde her birinizin dergi reklamına yer verme ve belki de web sitenizin küçük bir reklamına yer verme.
- Dernek web sayfasında veya bültende reklama yer verme (üyeleri derginize uygun yazarlar olabilecek dernekler bulunabilir)
- Konferans reklamcılığı - derginin bilgisini içeren uygun konferanslar veya toplantılarda verilen broşürlerde

Dergiyle ilgili konuşmalar yapma:

- Toplantılarda, konferanslarda; ilgili yazarların olacağı toplantıları düşünün.
- Yazarların ilgilendiği konularda konuşmayı teklif etmeyi düşünün - örneğin "Araştırmanız nasıl yayınlanır?"

Dergi hakkında yazma:

- Derginizden sözeden başyazılar veya diğer öğeleri yazın ve diğer dergilere, haber bültenlerine, web sitelerine vs. gönderin. Bunlar reklam olmamalı fakat yazım, inceleme, basım gibi konuları kapsayabilir.
- Bloglara katkıda bulunmayı düşünün.

Yazarları destekleme:

- Yazarlar için tekrarlanan seminerler düşünün "Araştırmanız nasıl yayınlanır?", vs
- Yazarlar için uygun web sitelerde ya da basılı haberlerde yer alabilecek faydalı rehberler, ipucu ve öneriler üretin.

Toplu posta gönderme: "Yazarlar araniyor"

- E- posta ya da basılı - dernek üyeleri, konferans temsilcileri, vs.
- "Yazarlar araniyor" un çok fazla gönderiminde dikkatli olun, derginin sesini (reklamını) kötü etkileyebilir.

• Tematik konular:

- Belirli bir öge içerikli konular yazarlara çekici gelebilir ve onları yazı göndermeye teşvik edebilir.
- Tematik konular için “Yazarlar aranıyor”u göndermek, kötü çağrışımı olmayan, normal yazar iletişimidir ve daha sıklıkla yapılabilir.

• Davetli makaleler:

Bireyleri size yazması için davet edebilirsiniz - görevlendirme içeriği (aşağıya bakınız)

Görevlendirme içeriği

Neden: Belirli bir kişinin sizin için bir şeyler yazmasını istiyorsanız, veya belirli bir makaleyi / konuyu dahil etmek istiyorsanız, birini sizin için yazmaya davet edebilirsiniz. Bunlar genellikle orijinal araştırma makaleleri değildir, ama daha çok gözden geçirme makaleleri, fikir eserlerini, editöre yazılar, vaka çalışmaları, vs. dir. Size orijinal araştırmalarını vermeyecek olsalar bile, saygın bir kişinin derginizde bir şeyler yayınlaması için iyi bir yol olabilir.

Nasıl: Sizin için yazmasını istediğiniz kişiyi ve onların yazmasını istediğiniz şeyi tanımlayın (editör ekibinize danışmanız gerekebilir). Potansiyel yazara kendileriyle yazarak, e-posta ile veya hatta telefon ederek iletişim kurabileceğinizi unutmayın. Bir konferansta konuşma yapan kişilere sormak da (konuşmalarına dayanarak bir şeyler yazmak için) onları yazı göndermeye davet etmenin iyi bir yoludur.

Yazarlara anlatmayı unutmayın:

- Ne hakkında yazmalarını istiyorsun?
- Kaç sözcük olmalı?
- Konu akran değerlendirmesine girecekse (ve eğer muhtemelen reddedilebilirse)
- Ne zaman istiyorsunuz ve ne zaman yayınlanacak.

**ANAHTAR NOKTALAR**

Dergiler, derginin profilini yükseltmek ve en iyi yazarların en iyi çalışmalarını sunmasını sağlamak için yazarlara ulaşmalıdır.

Kaynak 5B: Düzensiz Miktarlarda İçerikle Başa Çıkma Stratejileri

Öz: Bu kaynak, derginin düzenli olarak yayınlamaya devam etmesi ve okur için yeterli içerik sağlaması nedeniyle, çok az (veya çok fazla) içerikle başa çıkmak için bazı stratejiler önermektedir.

Birçok dergi, her bir konuda düzenli sayıda makale almak için uğraşır. İşte bununla başa çıkmak için önerilen bazı stratejiler:

Sık yayınlayın, seyrek basın

- Bu, yayın stratejilerine ilişkin 11. Bölümde daha ayrıntılı olarak tartışılmaktadır.
- Esas olarak, bu size her makaleyi hazır olur olmaz online olarak yayınlamanızı, ancak sadece yıl boyunca bir ya da iki kez konuları toplayıp yazılı olarak yayınlamayı önerir.
- Bunun yararı şudur: Yılın ilk üç ayında yalnızca üç yayınlanabilir makaleye sahip iken, (örneğin) önümüzdeki üç ayda 100 olmasının bir önemi yoktur.

Bir planınız olsun

- Dergi sayısını doldurmak için bazı materyalleri toplamaya çalışın - bunlar resmi olmayan konferans raporları, gelecek etkinlikler, fikirler, haberler, vs. olabilir. Sadece bu tür içeriği sağlamak kabul edilemez olsa da, kopyalama ile ilgili bir sorunla karşılaşırsanız yararlı olabilir.
- Derginin sayısına hazır olduklarından emin olmak için bazı makaleleri "hızlı takip" etmeye hazırlıklı olun.
- Her iki sayı da yeterli içeriğe sahip değilse, sayıları birleştirebilirsiniz (sayı 2/3) - ancak bunu düzenli olarak yaparsanız kabul edilemez.
- Sayıyı birkaç haftadan fazla geciktirmeyin- Bu derginin çok kötü bir izlenim bırakmasını sağlar.
- Yayın kurulunu kullanın. Eğer bir kopyalama problemi varsa, kuruldan (kısa sürede) başyazılar, fikir notları, vs ile katkıda bulunmalarını isteyin.

Tahmin edin

- Kopyalama sorunlarını önceden tahmin etmeye çalışın, böylece derginin sayısını ayıklamaya başlamadan önce onlar hakkında bir şeyler yapabilirsiniz!

Büyük sayılar / Küçük sayılar

- Okuyucular yılsonuna kadar dergiden makul sayıda makale aldıklarını düşündükleri sürece, büyük bir sayının ardından çok küçük bir sayıyı yayınlamak bazen kabul edilebilir.
- Ama bunu alışkanlık haline getirmeyin!



ANAHTAR NOKTALAR

İçerikteki dalgalanmaların planlanması, dergilerin sorunlardan kaçınmasına ve sürdürülebilir şekilde yayınlamaya devam etmesine yardımcı olacaktır.

Bölüm 6. Yazar Desteği

Yeterince detaylı yazar rehberleri sağlıyor musunuz? Eğer yazarlar yanlış biçimlendirilmiş uygunsuz makaleler gönderiyorsa bu bir zaman kaybı olacaktır. Sağlayıp, sağlamadığınızı kontrol etmek için aşağıdaki soruları cevaplayın:

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Yazarlarla her zaman nazik bir şekilde ve zamanında iletişime geçer misiniz?			
2. Dergiye geribildirim sağlamak için yazarlarınızdan yararlanır mısınız?			
3. Bir karar verdikten sonra bir hafta içinde kararları iletiyor musunuz?			
4. Yazar sorularına iki gün içinde yanıt veriyor musunuz?			
5. Yazarlar ile ilişkilerinizde her zaman adil ve esnek misiniz?			
6. Yazarlar için rehberleriniz var mı?			
a. Rehberlerinizi (ya da özetini) basılı bir dergide (basılı versiyonu varsa) yayınladınız mı?			
b. Web sitenizde rehberinizin tamamını yayınladınız mı?			
c. Geçen yılki rehberinizi gözden geçirdiniz ya da güncellediniz (gerekli olduysa) mı?			
7. Yazar rehberiniz aşağıdakileri içeriyor mu:			
a. Dergi amaç ve kapsamını?			
b. Davet edilen makalelerin türleri?			
c. Makalenin nasıl sunulacağı ile ilgili bilgi?			
d. Makalelerin nasıl yapılandırılması gerektiği?			
e. Makalelerin tabi tutulacağı danışman değerlendirmesi ya da diğer değerlendirmeler?			
f. Telif hakkı detayları?			
g. Dilin kabul edilebilirlik seviyesi			

Çevrimiçi Kaynak ve Referanslar:

Takip eden kaynakların dışında bu web siteleri ve referanslar da faydalı olabilir.

Benson PJ, Silver SC (2013) What Editors Want: An Author's Guide to Scientific Journal Publishing. Cambridge: Cambridge University Press.

Butcher J (2006) Copy-editing: the Cambridge handbook for editors, authors and publishers, 4th edn. Cambridge: Cambridge University Press.

Committee on Publication Ethics (COPE) publicationethics.org (erişim Ocak 2017).

Council of Science Editors (2012) CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update.

www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331 (erişim Ocak 2017).

EASE Guidelines for Authors and Translators of Scientific Articles to be Published in English:

www.ease.org.uk/publications/author-guidelines (erişim Ocak 2017).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame (erişim Ocak 2017).

International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE): www.icmje.org (erişim Ocak 2017).

Iverson, C (ed) (2007) AMA manual of style: a guide for authors and editors, 10th edn. New York, NY: Oxford University Press.

Shashok, K (2008) Content and communication: How can peer review provide helpful feedback about the writing? BMC Medical Research Methodology 8, 3. doi:10.1186/1471-2288-8-3 (erişim Ocak 2017).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

University of Chicago Press (2010) The Chicago Manual of Style, 16th edn. Chicago: University of Chicago Press.

Wager, E, Godlee, F, Jefferson, T (2002) How to Survive Peer Review. London: BMJ Books

Kaynak 6A: Yazarlarla Çalışma - İyi Uygulama

Öz: Her derginin bu topluma hizmet ettiğini garanti etmeye ihtiyacı vardır- bunu sadece yazılarını yayımlayarak değil, iyi bir servis sağlayarak da yapmalıdır. Aynı şekilde, bu toplum da dergiye büyüme ve gelişmek için fırsatlar sağlayabilir.

Aşağıdaki liste dergilerin yazarlarla hangi yollarla çalışması gerektiği konusunda çeşitli fikirler sunmaktadır.

Yazı gönderiminden önce

- Net bir dergi amacı ve kapsamı
- Kısa, öz, yararlı yazar rehberleri (belki genişletilmiş sürümleri çevrimiçi sunulabilir)
- Yazı gönderimi öncesi incelemeyi kabul et ("Araştırmam uygun mu...?")

Yazı gönderimi sırasında

- Yazarlar için kolay gönderi süreci
 - E-posta ile çevrimiçi gönderim ya da özelleştirilmiş gönderim sistemi
- Gönderimin karşılandığına dair onay (e-posta ile?)
- Gerekli bilgilerin açıkça talep edilmesi (örneğin etik kurul onayı, vs.)

Geri bildirim

- Açık ve net geribildirim incelemesi
- Yapıcı, kibar, yardımsever
- Düzeltme gerektiğinde yazara bildir (sonucunu takip etmeye hazırlıklı ol)

Reddi iletme

- Ret için açık ve net sebepler
- Nazik olun
- Kısa! (fazla kelime kullanmayın)
- Kapıyı sıkıca; ama nazikçe kapatın
- Alternatif dergiler önerin

Kabulü iletme

- Tüm yazarlara kabulü iletin
- Makalenin kabul edilen versiyonunu tüm yazarlara gönderin (birden fazlaysa), böylece hangi versiyonun kabul edildiğini bilmiş olurlar.
- Kibar
- Kısa
- Şimdi ne olacak? Yazar neyi beklemeli, beklenen basım tarihi ne zaman?
- Tüm yazılı belgelerin mevcut olduğundan emin olun (yazarlık onayı, etik kurul onayı, telif hakkı ataması vs.)

Yayın Sonrası

- Tüm yazarlara yazının yayınlandığı bildirilmeli
- Mümkünse indirme istatistikleri ile birlikte "doğum günü" e-postası gönderilmeli (örneğin; yayınlandıktan 1 yıl sonra X kişi sizin makalenizi indirdi)

- Yayınlanmış kağıtların ayrışmaları (basılı ve/veya elektronik)
- Yazının yayınlandığı derginin ücretsiz kopyası
- En iyi yazı için ödül ya da “Editör’ün Seçimleri”nde bahsi geçme.
- En çok ulaşılan makalenin altına çizilmesi, yazarlara ödül (okuyucular için de kullanışlı)

Gelişim ve Fırsatlar

- Yazar anketleri / araştırmaları
 - Dergi hakkında ne düşünüyorlar, daha da dahil olmak için istekliler mi? (örneğin derleme için vs.)
 - Yazarların sizinle olan yayın deneyimi nasıldı
 - Başka hangi dergileri okuyorlar (sizin rekabetiniz nedir?)
- Workshoplar – Beklentiler konusunda yazarların, derlemecilerin ve editörlerin eğitimi
- Makalenin kabulü
 - Neden o yazarı seçtiniz?
 - Ne yazmasını istiyorsunuz? (başlık, sözcük sayısı, stil)
 - Ne zaman teslim etmesini istiyorsunuz?
 - Gözden geçirilecek mi? (geri çevrilme ihtimali var mı)
- Çok saygın yazarların makalelerini ya da seçilmiş konularla ilgili makaleleri davet etmek – derginin görünürlüğünü artırır.
- Yazarlar için çağrı
 - Temalı konular (bağımsız makalelerden daha çok alıntı yapılırlar)
 - Dergide yeni bölümlerin altına çizmek
 - Çok fazla göndermemeye dikkat edilmeli (derginin sıkıntıda olduğunu gösterebilir, mesaj sağanağı olarak düşünülebilir.)

Yazarlar için iyi hizmet

- İyi iletişim: Sorgu ve gönderimlere hızlı yanıtlar
- Kolay iletişim: E-posta, posta, faks veya telefon
- Hızlı üretim / işleme (kabulden sonra makalenin çevrimiçi ön yayını?)
- Kalite kontrol (makaleyi gramer olarak kontrol etmek, referans alıntılarını vs. bk. Bölüm 7)

Yazarlara Karşı Sorumluluklar

- Yazarların hakkına saygı duymak editörlerin sorumluluğudur. Bu aşağıdakileri içerir:
- Bir çalışmanın yazarı olarak isimlendirmek onların ahlaki hakkıdır: İzni olmadan bir makaleden yazarın adını silmeyin.
- Gizlilik: Editör ekibinin dışında iletilen yazı hakkında hiçbir şey açıklamayın.
- Fikri Mülkiyet Hakları: Yazarların telif hakkı ve çalışmadaki diğer fikri mülkiyet hakları vardır ve bunlara dergi (editörler, danışmanlar ve yayıncılar) tarafından saygılı olunmalıdır.
- Yayın: Yazarlar bir dergiye çalışmalarını o derginin kalitesi ve işleyişi hakkında bilgi sahibi olarak gönderirler. Bu yayının zamanlaması, düzeltmenin kalitesi, teslimin şekli (ör: çevrimiçi / basılı) vs gibi konuları içerir. Dergi bu açılardan söz verdiği şeyleri yazara sağlamakla yükümlüdür.



ANAHTAR NOKTALAR

Editörler yazarların yayın konusunda deneyimli olduklarını varsaymamalıdır ve yayın süreci boyunca etik, dürüst ve şeffaf olarak çalışacaklarının garantisini vermemelidirler. Bir dergi için çalışma metodolojisi konusunda şeffaf olmak ve söz verdiği şeyleri temin ettiği konusunda güven vermek oldukça olumludur.

Kaynak 6B: Yazar Rehberleri

Öz: Yazar rehberleri dergiler ve yazarlar için önemlidir, yayın gecikmelerini ve gönderim problemlerini engellemeye yardımcı olabilirler. Bu nedenle onların kullanışlı, güncel ve kapsamlı olduğundan emin olunması için zaman harcanmalıdır.

Bir dergi için, yazar rehberlerinin güncel olduğunun düzenli aralıklarla gözden geçirilmesi oldukça değerlidir. Çok uzun ya da çok kelimeli olmadığından da emin olunmalıdır; yoksa yazarlar okumaktan kaçınırlar. Ne yazık ki, çoğu rehber yazarın istediği (ya da gereksinimi olan) bilgiyi içermemektedir - ayrıca bu durum yazarın istediği bilgiyi bulmasını da zorlaştırabilir.

Aşağıda bir yazar rehberinin (ideal olarak) içermesi gereken bileşenlerin bir listesi bulunmaktadır. Basılı derginin içinde kısa bir rehber olarak (sadece en önemli bilgileri içeren) planlanıp, detaylı notlar (örneğin üst metin bağlantılı içindikiler tablosu ya da soru - cevap formatı) için çevrimiçi web sitesi kullanılabilir.

- Derginin amacı ve kapsamı
 - Derginin ne yayınlamayı amaçladığı ve hedef kitlesinin açık ve net tanımı
- Kabul edilen makale tipleri
 - Ör: Orijinal araştırma, derleme, editöre mektuplar, vs.
 - Makalelerin uzunluğu, sözcük sayısı
- Makalelerin nasıl gönderileceği
 - Format - Word, La Tex vs.
 - Nereye - adres, e-posta, çevrimiçi gönderim sitesinin URL'si
- Makalelerin Yapısı
 - Başlıklar
 - Yazarlar
 - Bağlantılar
 - Yazışmacı yazar
 - Anahtar kelimeler
 - Öz (yapılandırılmış?)
 - Makalenin iskeleti
 - Teşekkür
 - Ekler
 - Kaynaklar / önerilen ek kaynaklar
- Alıntılar ve kaynaklar - stil
 - Kitap / kitap bölümleri / bildiri kitapları
 - Dergi Makaleleri
 - Web Siteleri
 - Bloglar
 - Kişisel İletişim
- Stil
 - Yazım
 - Terminoloji
 - Ölçümler (birimler)

- Çizim
 - Format, çözünürlük
 - Ne zaman kullanılır? - neresi uygun?
 - Stil
 - Renk - izin veriliyorsa
- Tablolar
 - Stil
 - Dosya formatı
- Makale kontrol listesi - eğer dergi sağlıyorsa
- Yazarın Sorumlulukları
 - Başka bir yerden alınan materyalin kullanım izni
 - Güvenceler (orijinal, daha önce yayınlanmamış, intihal yapılmamış vs.)
 - Çevrilmiş makalelerdeki prensipler (yani daha önce yayınlanmış makalelerin çevirilerinin kabul edilip edilmediği)
 - Hangi etik onayların gerekli olduğu
- Gönderim mektubu - eğer gerekiyorsa neyi içermesi gerektiği
- İletişim bilgileri - editör ofisi
- Prosedürler: Gönderimden sonra yazıya ne olacağı
- Danışman Değerlendirmesi Politikaları
 - Danışman Değerlendirmesinin tipi
 - Değerlendirme için gerekli zaman
 - Geribildirim beklentileri
- Prova - yazardan beklenti
- Ayrıbasımlar, derginin kopyası - temin edilecek mi ve ne zaman?
 - Basılı ya da elektronik
 - Çevrimiçi erişim hakları
- Telif bilgileri
 - Yazar neyi imzalamalı ve ne temin etmelidir?
 - Yazar telif formunu nerede bulacak?
- Gerekiyorsa etik / çıkar çatışması üzerine rehber
- Sayfa Ücretleri
 - Ne harcamaları yapıldı (makale, çizimler, renklendirme vs.)
 - Paranın ne zaman ve nasıl gönderilmesi gerektiği
- Çevrimiçi dergi hakkında bilgi
 - Erken / önden yayınlama fırsatları
 - Özellikle sadece çevrimiçi görülebilen veri setleri, ek materyal vs. bildirim

Referanslar ve İleri İpuçları

www.nature.com/nature/submit/get_published – Yazarlar için faydalı bir site, süreç, kararlar ve zamanlama hakkında iyi bilgiler içermekte

www.bmj.com/about-bmj/resources-authors – BMJ yazarları için kapsamlı bilgiler, farklı bölümler için yan navigasyona bakın.

journaltool.asme.org/content/AuthorResources.cfm – Yazar rehberleri için ilginç tasarım

Kaynak 6C: Yayıncı - Yazar İlişkileri

Öz: Bu rehberler 1999 yılında İngiltere'de Yayıncılar Lisanslama Derneği (Publishers Licensing Society) tarafından hazırlanmıştır; ancak hala yayıncılar/dergiler ve yazarlar arasındaki ilişki üzerine değerli tavsiyeler içermektedir.

*Principles of Good Practice in Scholarly Journal Publishing (Publishers Licensing Society, UK) Copyright© Publishers Licensing Society, 1999.
Author: Publishers Licensing Society*

Bu prensipler, kaynak belirtilmesi şartıyla önceden izin alınmadan alıntı yapılabilir.

Giriş

Tüm bilimsel yayıncılığın kalbinde yazar ve onun çalışması vardır. Akademik yazarlar sırtlarını, birikmişlik, resmi kayıtlar, akademik çalışmalarının yayılması ve korunması açısından iyi bilinen dergilere yaslarlar. Yeni teknolojilerin keşfi ile, yazarların çalışmalarıyla ilgili iletişim kurmak için çok daha geniş seçenekleri vardır.

İyi bilinen dergiler yazarlar tarafından bildirilen makalelere bağımlıdır. Yayıncı dergisinin akademik araştırmalar için tercih edilen araç olarak kaldığından emin olmalıdır. Buna ulaşmak için yayıncılar;

- Yazar topluluğunun ihtiyaçlarını anlayıp onlara hitap etmelidir.
- Akademik iletişime kattıkları değeri anlayıp iletmelidir.

Bu rehberler yayıncıların akademik topluluğa efektif servis sağlayabilmeleri için doğru uygulamaları tanımlamak için tasarlanmıştır.

Yayıncılar bu sürece ne eklerler?

Yayıncılar yazarların fikirleri üzerinden ürün oluştururlar. Finanse eder, düzenler, doğrular, pazarlar ve dünya çapında uygun kitleye burs ve araştırma sunarlar. Akademik çalışmanın yaygınlaştırılması için idari ve örgütsel yapı sağlarlar. Onlar ayrıca editöryal ücret ve harcamalar yoluyla akademik camiaya kaynak olmakla beraber, bunu çoğunlukla üniversitelerin telif hakkı ve ilgili toplulukların satış gelirleri aracılığıyla yaparlar.

Dergi yayınlama süreci yayıncı ve yazar arasındaki karşılıklı fayda ilişkilidir. Yayıncı bu denkleme birçok element katar.

- Pazarın istediği dergileri araştırır, ona yatırım yapar ve yaratır.
- Bilirkişi değerlendirmesi ve seçiminin hayati süreçlerini kolaylaştırır.
- Yüksek tipografik ve açıklayıcı standartlarla malzeme üretirler.
- Makaleleri düzenler ve daha açık, net hale getirirler.
- Tüm uygun medya ortamlarında ilgili uluslararası okuyucuya dergileri tanıtır ve yayarlar.
- Özetler, çapraz referanslar, bölüm başlıkları, içerikler ve dizinler gibi yapı ve yön bulma yardımcılarını içerirler.
- Makaleler, baskılar ve ciltler arasında ulaşılabilirlik ve uyumu artırır.
- Saygı duyulan bir derginin markasını oluştururlar, bu da içerdiği makalelerin kalite, konu kapsamı, editöryal stil ve amaçlanan okurları da içeren önemli mesajlar kompleksini taşır.

Yazar- Yayıncı ilişkisi

Yayıncılar yayınladıkları her şeyin orijinal yaratıcıları olan yazarlara ihtiyaç duyarlar. Akademik yazarlar bulgularını dünya çapındaki ilgilenen seyirciye onaylatmak, sunmak ve yaymak isterler. Yayıncılar bu isteğe saygı duyar ve kalite kontrol çerçevesinde bu isteği tatmin edecek her şeyi yaparlar. Bu özellikle yazarların para haricindeki sebeplerden dolayı yayın yaptıkları iyi bilinen dergilerdeki makalelerin eşsiz ekonomisi için geçerlidir. Genel olarak yazarlar direkt olarak finansal ödül almazlar; hatta bazı durumlarda yayın için para ödemek için de hazırlıklıdır.

Telif hakkı politikası

Yayıncıların tüm editöryel çalışanları tarafından uygulandıklarına emin oldukları ve yazarlara iletilen tutarlı ve net bir telif hakkı politikası olmalıdır

Yazarlarla anlaşma

Yayıncıların yazarlarla açık imzalı anlaşmaları olması gerekir, bir dergiye yazı göndermenin yayınlanmasına izin verdiğini varsaymak doğru değildir. Bu anlaşmalar mümkün olduğunca açık ve net olmalıdır. Yayıncılar bazı yazarların eserlerinde telif hakkı sahibi olmadığının farkında olmalıdır; asıl telif hakkı sahibi ile geçerli bir anlaşma şarttır.

Hakların kapsamı

Yazarların çalışmalarının maksimum düzeyde sergilenmesini beklemeleri mantıklıdır. Yazarlar kullanmayacakları hakları elde etmek için ısrar etmemelidirler. Aynı şekilde tutmadıkları hakları kullanmamaları gerekir. Bu nedenle yayıncıların elde ettikleri hakların eksiksiz ve doğru kayıtlarını tutması gerekir. Dergiler baskı şeklinde olduğu gibi elektronik olarak da yayınlanmaya başladığından, yayıncıların başlangıçta baskı hakları kadar elektronik yayın haklarını da elde etmesi hayati önem taşır.

Telif hakkı transferi mi lisanslama mı?

Yayıncıların akademik araştırmanın iletişim sürecini doğru yürütmeleri için haklarını elde etmeleri gerekmektedir. Yayıncının kullanabileceği telif hakkı aktarımı ve lisans anlaşmasının bir çok modeli vardır. Örneğin, Gillian Page, Robert Campbell and Jack Meadows'un yazdığı "Journal Publishing - Dergi Yayınlama" Cambridge University Press, 1997; Copyright assignment - some practical considerations by Rhonda Oliver in Learned Publishing, Vol. 11, No 1, pp4-7. Her zaman yazarın yayıncıya telif hakkı transferi yapması gerekli değildir. Gerekli yayın ve alt lisans haklarına ait özel bir hibe yeterli olmaktadır. Yazarın işverenin telif hakkı sahibi olduğu durumda mümkün olabilen tek şey özel bir lisans olmaktadır.

Yayıncılar yazarın çalışmasının orijinal olduğundan, başka bir yerde daha önce yayınlanmadığından ve başkasının hakkını ihlal etmediğinden emin olmalıdır.

Yazarın hakları

Yazar minimum kısıtlama ile kendi çalışmalarını kullanabilmelidir. Telif hakkı transferi yapılan durumlarda bile yayıncılar yazara özgürce kendileri için önemli olan şeyleri yapmaları için geniş yelpazede haklar sunmayı garanti etmelidirler.

- Kendi eserlerini, adapte edilmiş / edilmemiş şekilde konferans sunumlarında ve diğer yayınlarda kullanma
- Sınıf derslerinde kullanma

Artan sayıda yazar bir dâhili bir ağda veya hatta bir web sayfasına makaleler eklemek istemektedirler. Yayıncılar kendi politikalarını oluşturmalı ve bunu yazarlara bildirmelidir. Her durumda izin sadece ticari olmayan kullanım verilecek ve orijinal yayına tam referans yapma gereği oluşacaktır.

Hakların yeniden kullanımı

Özellikle dergilerin tamamı ya da dergi grupları için hakları garanti ederken, her kullanım hakkında yazarlara danışmak her zaman mümkün olmayabilir. Bu başlangıçta yazarlara açık ve net olarak bildirilmelidir. Böyle bir anlaşma hükmü olsa da olmasa da, yayıncılar baskıların toplu satışı gibi varlıklı bağlı kuruluş kullanımlarından gelen gelirin bir kısmını dağıtmayı düşünebilir.

Akran (veya danışman) değerlendirmesi

Danışman (akran) değerlendirmesi, iyi bilinen bir derginin temel ögesidir. Gözden geçirme sırasında yüksek standartlı bir kalite kontrolü derginin okuyucuları ve takipçileri arasındaki itibarını güçlendirecektir. Editörlerle birlikte çalışarak danışman değerlendirmesinin uygun bir şekilde ve hızlıca yapılmasından emin olmak yayıncıların görevidir.

Değerlendirme süreci açık, objektif, adil ve nazik olmalıdır. Menfaatlerin müdahil olmasına izin verilmemelidir. Daha fazla bilgi için bk. Povl Riis tarafından yazılan "Science Editor's Handbook"ta, European Association of Science Editors tarafından yayınlanan "The ethics of scientific publication".

Danışmanlar

Her zaman birden fazla danışman olmalıdır, danışmanların uygun soruları ele aldığından emin olunması için standart bir cevap formu yardımcı olabilir. Danışmanların yayına kadar bilgiyi gizli tutma ve ön bilgilerini hiçbir şekilde kullanmama zorunluluğu vardır. Elektronik iletişim sürecin idari kısmını hızlandırabilir. Danışmanları tanıyıp, itibar etmek daha uygun ve kibar olsa da, danışmanlar genel olarak anonimdirler. Daha fazla bilgi için bk. "A difficult balance: Editorial peer review in medicine", Stephen Lock (London: Nuffield Provincial Hospitals Trust: 1995)

Yayınlama süreci

Sürecin hızı kadar, süreçte neler olduğunu bilmek yazarlar için önemlidir. Yayıncı yazarın makalesinin ilerleyişi hakkında bilgilendirilmesini sağlamalıdır. Yazarların kendilerinin danışabildikleri çevrimiçi sistemler bunu başarmanın bir yoludur. Editöryel veya bütçesel nedenlerle olsun, kabul edilen makaleleri derhal yayınlamak her zaman mümkün değildir; ancak yazarın ortalama ne kadar bekleyeceğini bilmesi adil bir davranıştır.

Kabul tarihi

Sürecin hızının yazarlar için bu kadar önemli olmasının sebebi öncelik meselesidir. Bu nedenle yayınlanan versiyonda kabul tarihi dâhil etmek iyi bir uygulamadır (bazı yayıncılar ayrıca gönderim tarihini de dâhil ederler).

Bu ayrıca yazarların kabul ve yayın arasındaki olası aralığı önceden tahmin etmelerine yardımcı olur.

Makale redaksiyonu

Yazarın makalesinin düzenlenmesi, ifadenin açıklığa kavuşturulmasında, terminoloji ve birimlerin standardize edilmesinde ve referansların kontrol edilmesinde çok değerlidir. Ancak yazarlar eserlerinin önemli ölçüde değiştirilmesinden huzursuz olurlar. Eğer yayın sürecinin hızı bunu imkânsız kılmıyorsa küçük redaksiyonlar dışındaki değişiklikleri yazarla birlikte yapmak her zaman iyi bir uygulamadır.

Bilgi yayılımı

Yazarlar ve aslında yayıncılar, eserlerinin maksimum insan tarafından ulaşılabilir ve okunur olmasını isterler. Bu sadece geleneksel pazarlama ile değil, derginin abstractlama ve indeksleme veritabanları gibi uygun okurların kullandığı ikincil kaynaklarda da bulunmasıyla sağlanabilir. Yayıncılar başlıkların ve abstractların (ve gelecekteki tüm metadata türleri) olabildiğince faydalı olduğundan emin olarak daha da yardımcı olabilirler. Yayıncılar elektronik ortamda ikincil kaynaklar, birincil literatür, kütüphaneler ve okuyucuların arasındaki bağlantıların sorumsuz ve etkili bir şekilde çalıştığından emin olmalıdırlar.

Koruma

Yayınlanan tüm eserlerin düzgün bir şekilde arşivlenmesi önemlidir. Basılı ortamda kitaplıklar bu rolü tarihsel olarak yerine getirmişlerdir. Elektronik ortamda yayıncılar kütüphane topluluğuyla kapsamlı ve kalıcı bir arşivin korunmasını sağlamak için işbirliği yapmalıdır.

Hakların yönetimi

"Üretim öncesi" haklardan (yazar veya diğer telif hakkı sahibi ve yayıncı arasında) yukarıda bahsedilmiştir. Bu bölüm "üretim sonrası" haklarıyla ilgilidir ve yayıncı ve çeşitli tipteki müşteriler arasındaki ilişkinin yönetimi ile ilgilienmektedir.

Haklar politikası

Yayıncının sorumluluğunda giderek önem kazanan bir özellik, lisansların genellikle ülke, eyalet, ile dayanan kullanıcı grupları veya üye kurumları konsorsiyumu ile birlikte düzenlenmesidir. Yayıncılar kullanıcıların akademik ve araştırmayla alakalı geniş yelpazedeki ilgi alanlarına erişebilmek için, müzakere, hak yönetimi ve pazarlama konularındaki yeteneklerini kullanmaktadırlar.

Yayıncıların üretim sonrası haklarla ilgili olarak açık ve tutarlı bir politikaya sahip olması gerekir. Yazarlar çalışmalarının olabildiğinde geniş ve özgürce kullanılabilir olmalarını isterler. Yayıncılar bu konuda eğitim ve araştırma amaçlı kullanıma karşı cömert bir yaklaşımda bulunarak yazarlara yardımcı olabilirler.

Örneğin fotokopi veya dijitalleşme ile ilgili merkezi olarak mutabık olunmuş lisanslar, akademik ve diğer toplulukların yazıyı kullanımını basitleştirebilir. Ek olarak yayıncılar birbirlerine STM rehberlerini (www.stm-assoc.org) takip ederek yardımcı olabilirler. Birbirlerine çok küçük ödemeler yapmak yerine birbirlerine izinlerin verilmesine yönelik bir ısmarlama yaklaşımını tercih edebilirler.

Yazarın çalışmalarının korunması

Yayıncıların yazarlarının çalışmalarını kötüye kullanmaktan, başkaları tarafından çarpıtılma, telif hakkı sahipliğinden bağımsız olarak herhangi bir ihlalden korumak için ahlaki bir sorumluluğu vardır. Elektronik teslim sayesinde yayıncılar tarafından kötüye kullanım ve bozulma daha kolay kontrol edilebilir, yayıncılar neyin izin verilip verilmediği konusunda lisanslarda açık olmalı ve herhangi bir kötüye kullanımı tespit etmek için dikkatli olmalıdırlar. Şifreleme veya dijital filigranlar gibi teknik koruma bazı durumlarda uygun olabilir.

Sonuç

Yazar ve yayıncı arasındaki ilişki bir ortaklıktır. Yazarlar itibar ve çalışmalarının yayılması ile itibar kazanırlar. Yayıncılar akademik iletişimi güçlendirirler ve bu süreçte yatırımlarına geri dönüş yapmayı umarlar. Aynı zamanda kütüphanelere ve okuyuculara hizmet ederler. Hak edinimleri net makul ve iyi belgelenmiş olmalıdır.



ANAHTAR NOKTALAR

Birbirlerinin hakları ve sorumluluklarına saygılı ve minnettar olmak hem yazarların hem de yayıncının çıkarına hizmet eder.

Kaynak 6D: Araştırmanızı Nasıl Yayınlatırsınız?

Öz: Bu kaynak, yazarlar için kısa bir rehber ve dergi editörlerinin kullanabileceği veya yazarlarına gönderebileceği bir belge olarak oluşturulmuştur. Bilim yazılımı için kesin bir rehber olma amacıyla oluşturulmamıştır. Bilimsel makale yazma konusunda daha fazla bilgi için belgenin sonundaki ek okuma önerilerine bakınız.

Yazı gönderimi öncesi - Makalenizin hazırlanması

Yazıyı yayınlanması için göndermeden önce, oluşturabileceğiniz en iyi çalışma olduğundan emin olmak için:

- Başlık doğru, bilgilendirici, kısa ve öz mü?
- Makaledeki bilgileri doğru olarak özetleyen bir öz bölümü var mı? – okunması kolay, kapsamlı, ancak yeterince kısa mı? (yaklaşık 250 sözcük)
- Çalışmanın amacı veya hipotezler net olarak belirtilmiş mi?
- Makaleniz yeni bir şey söylüyor mu? – Konu alanınızdaki mevcut bilgilere ekleme yapıyor mu? (Eğer bir derleme makaleyse, konuyla ilgili tüm argümanları temsil etmek ve konuyu tarafsız ve kapsamlı bir şekilde gözden geçirecek şekilde kapsayıcı mı?)
- Makaleniz iyi organize mi? Anlaşılır olması açısından farklı bölümleri ayırt etmek için uygun alt başlıklar kullandınız mı?
- Metodoloji, araştırmayı nasıl yaptığınızı doğru ve net olarak açıklıyor mu? Başka bir yerde başka bir araştırmacı tarafından tekrar edilebilir mi?
- Düzyazı anlaşılır yazılmış mı? Anlaşılır ve kolay okunur olması açısından yazıldığı dilin standartlarına uygun mu?
- Sonuçlar doğru ve açık bir şekilde sunuldu mu? Yanlış yorumlama olmadan kolayca anlaşılabilirler mi?
- Okuyucuların yazınızı anlaması için yazınız gerekli tüm detayları içeriyor mu?
- Tartışma anlaşılır mı, konuyla ilgili farklı perspektif ve yorumları yeterli olarak içeriyor mu?
- Kaynakça listeniz metin içinde kullandığınız alıntılarla doğru olarak eşleşiyor mu?
- Göndermek istediğiniz derginin belirttiği referans gösterme stilini kullandınız mı?
- Referanslar eksiksiz ve doğru mu? Yazar isimlerini, makale başlıklarını, yayınlanma tarihi ve sayfa numaraları dahil olmak üzere yayınların gerekli bilgilerini içeriyor mu?
- Şekil ve tablolar varsa, metne başvurmadan anlaşılabilir mi? Gerekliler mi? Anlamaya katkıda bulunuyorlar mı? (Metinde kolayca açıklanamaz ise, kullanmayın) Açık, tam ve doğru etiketlenmişler mi?
- Makaleniz diğer araştırmacılar tarafından daha fazla araştırma yapılması için gerekli önerileri içeriyor mu?
- Meslektaşlarınızdan metni okumalarını ve metin hakkında yorum yapmalarını istediniz mi? Makalenizi yayınlamak üzere göndermeden önce arkadaşlarınızdan görüş alın, çünkü makalenizi geliştirmek için önerilerde bulunacaklardır.
- Makalenin yayınlanmasında önemli mali ve teknik katkılarda bulunmuş kişi ve kuruluşları belirttiniz mi?

Yayınlanmak üzere bir dergi seçilmesi

İdeal olarak makalenizi yazmadan önce göndermek istediğiniz dergiyi bilmelisiniz, ancak durum her zaman böyle olmayabilir.

- Sizin makalenizle aynı konu alanındaki yazıları yayınlayan bir dergi seçin.
- Sizinkilere benzer materyaller yayınlayan bir dergi seçin.
- Derginin seçimi konusunda gerçekçi olun: derginin yayınladığı içeriğin kalitesiyle sizin araştırmanız denk olmalı – hedefinizi yüksek tutun, ancak gerçekçi de olun.
- Yayıncılık kariyerinizi geliştirir - ancak yalnızca uygun çıkış noktalarını seçerseniz- kurumunuzun bu konudaki politikalarını kontrol edin.
- Makaleniz için en iyi okuyucuyu sağlayan bir dergi seçin - makalenizin internette bedava yayınlanmasını mı istiyorsunuz (kullanımı en üst düzeye çıkarmak için)? Derginin abonelik fiyatının yüksekliği makalenizin okunmasını istediğiniz bölgelerin veya kuruluşların erişimini kısıtlayabilir mi? Meslektaşlarınız tarafınca okunan bir dergi mi?
- Çalışmanız için güvenilir bir dergi seçtiğinizden emin olun. Birtakım itibarsız yayıncı ve dergiler vardır ve yazarlar bu dergilere makalelerini göndermekten kaçınmalıdır. Dergi seçimi için kullanışlı bir kontrol listesi için Think.Check.Submit sitesindeki (thinkchecksubmit.org) rehberleri gözden geçirin.

Makalenizi göndermek

Makalenizi bir seferde yalnızca bir dergiye göndermelisiniz – yalnızca makaleniz reddedilirse başka bir dergiye de gönderin. Göndereceğiniz dergiyi seçtikten sonra:

- Derginin rehberlerini okuyun ve makalenizin koşulları sağladığından emin olun. (Eğer ulaşılabılır değilse, öneri için dergiye iletişim kurun veya Uluslararası Tıp Dergisi Editörleri Komitesinin sağladığı veya alanınızla ilgili diğer rehberlere başvurun)
- Makalenizin odağının derginin amaçlarına ve kapsamına uyduğundan emin olun – diğer türlü, editörler makalenize ilgi duymayacaklardır.
- Makalenizi yalnızca dergi tarafınca belirtilen yollarla gönderin (e-posta, posta vb). Makaleniz için kullandığınız formatın dergi tarafınca kabul edilebilir olduğundan emin olun(örneğin, elektronik bir belge gönderiyorsanız, kolayca açılıp düzeltilebilir bir format şeklinde gönderin – Windows için Microsoft Word gibi)
- Makaleniz ile birlikte editöre, editörün bilmesi gerektiğini düşündüğünüz konuyla ilişkili bilgileri içeren kısa ve nazik bir mektup gönderin – örneğin makalenizi daha önce başka bir dergiye yolladığınız veya bir süre çalıştığınız yerde bir nedenle bulunmayacağınız gibi.
- Yazışma için tüm iletişim bilgilerini sağladığınızdan emin olun – isminiz, bağlantılarınız, adres, ülke, telefon numaraları, e-posta vb.
- Makaleyi yayınlamak için gerekli olan tüm materyali gönderdiğinizden emin olun (tablolar, şekiller vb)
- Gönderdiğiniz her materyalin kopyalarını bulundurun, dergi muhtemelen gönderdiklerinizi size geri yollamayacaktır.

İnternet yoluyla gönderme

- Birçok dergi, yazarları internet yoluyla gönderme konusunda teşvik etmektedir (bazıları yalnızca internet üzerinden göndermeyi kabul etmektedir). Yukarıdaki maddelerin çoğu hala geçerlidir.
- Makalenizi göndermek için, derginin sitesine girmeli, yazar olarak giriş yapmalı, makale bilgilerini girmeli (başlık, yazarlar vb), sonra da makalenizi elektronik olarak yüklemelisiniz.
- Tüm içeriğinizin elektronik ortamda erişilebilir olması gerekmektedir. Yazar rehberleri ve internet sitesi sizi hangi formattaki dosyaları kabul edecekleri konusunda bilgilendirebilir (çoğunlukla yazı için Word ve resimler için gif ve tif dosyaları).
- Ayrıca derginin sizinle iletişim kurabilmesi için güvenilir bir e-posta adresine ihtiyacınız bulunmaktadır – bazı dergiler tüm yazarların e-postalarını isteyebilir – bunlara sahip olduğunuzdan emin olun.
- Birçok internet sitesi editöryel ofiste makalenizin durumunu takip edebilmemiz için bir hizmet sunmaktadır: İnternet sitesini ziyaret edip yukarıda belirtildiği gibi giriş yapmanız gereklidir. İnternet sitesi daha sonra makaleniz ile ilgili bir durum raporu sunacaktır.
- Eğer dergi internet ile gönderme yolunu kullanıyorsa, aşağıda tarif edilen yayınlanma süresince tüm iletişim e-posta yoluyla olacaktır ve herhangi bir tekrar gönderimin internet üzerinden yapılması gerekecektir.

Yayınlanma süreci – gönderdikten sonraki süreçte beklemeniz gerekenler

- Makaleyi gönderdikten sonra, 1 hafta içinde bir cevap gelmesi beklenir. Dergiden haber alamadıysanız, makalenizin ulaştığından emin olmak için derginin editörüyle iletişim kurun (internet üzerinden gönderdiyseniz, cevap sistemi otomatik olduğundan bir veya iki gün için de bir cevap almalısınız).
- Dergi, makalenizin bütünüyle uyumsuz olduğunu düşünürse, editörler yazınızı hemen reddedecektir.
- Eğer hemen reddedilmezse, makaleniz danışmanlara gönderilecektir – bu danışmanlar, alanınız ile ilgili uzmanlaşmış, makalenizi okuyacak ve makalenizin kabul edilebilirliği ile ilgili yorumlarını dergiye gönderecek olan kişilerdir. (Mektubunuzda konuyla ilgili danışmanlar önerebilirsiniz, ancak çoğu dergi kendi seçtiği danışmanları kullanacaktır.)
- Farklı dergiler, farklı değerlendirme yöntemleri kullanır. Göndermeden önce bunları gözden geçirin – bazılarında, danışmanlara isminiz verilmeyecektir (çift kör) ve sizin makalenizi değerlendiren kişi size bildirilmeyecektir. Bazılarında danışman sizin adınızı bilip, siz onunkini bilmeyebilirsiniz. Bazı durumlarda her iki tarafa da birbirlerinin ismi bildirilebilir.
- Makaleniz değerlendirildikten sonra dergi size danışmanların geribildirimleri ile bir cevap yazacaktır – bu birkaç ay alabilir. Eğer dergiden uzun bir süre sonra cevap alamazsanız (6 ay gibi) makalenizin durumu hakkında bilgi almak için dergiyle iletişime geçin.

Revizyon

- Dergi tarafınca birtakım revizyonlar istenmeden bir makalenin kabul edilmesi çok alışılmış bir durum değildir.
- İstenen revizyonlar minör (kaynakça sıralamasını değiştirin vb) veya majör (“yöntem anlaşılır değil” vb) olabilir.
- Editör tarafınca istenen revizyonları dikkatlice değerlendirin ve istendiği şekilde değiştirin – ancak, uygun görmediğiniz revizyonlar varsa, tartışmak için editörü arayın veya tekrar göndermeye karar verirsiniz anlaşılır bir argüman ile gönderin.
- Revize edilmiş makalenin tekrar dergiye gönderilmesi gerekir (birçoğu internet sitesi üzerinden tekrar gönderilmesini isteyecektir, bazıları e-posta olarak isteyebilir). Tekrar göndermekte gecikmeyin.
- Eğer revizyon majör ise, dergi makaleyi ikinci bir eleştiri için tekrar gönderilebilir.
- Bir makale için birkaç kez revizyon istenmesi sık görülen bir durumdur.
- Revizyon sonrası da makalenin reddedilmesi mümkündür – ancak revizyonlar uygun olarak yapılırsa çok beklenen bir durum değildir.

Reddedilme

- Bir ret mektubu aldığınızda umutsuzluğa düşmeyin. Bunun birçok nedeni olabilir, örneğin makalenin kalitesiyle değil makalenin konusunun dergi içeriğiyle uyumlu olmamasından kaynaklanıyor olabilir.
- Eğer dergi makalenizin reddedilmesinin nedenlerini size bildirdiyse, yorumlarını dikkatlice değerlendirin – diğer dergilerin de makaleniz ile ilgili benzer düşünceleri olabilir.
- Makaleniz reddedildiyse başka bir dergiye de gönderebilirsiniz, ancak makalenizin reddedilmesinin nedenleri olduğunu unutmamalısınız ve başka bir yere göndermeden önce makalenizi tekrar değerlendirmelisiniz (ve yeni seçtiğiniz derginin yazar rehberlerine uyum sağlamayı ihmal etmeyiniz).

Kabul Edilme

- Makaleniz kabul edildiğinde dergiden e-posta veya posta yoluyla bu yönde bilgi alacaksınız.
- Ne zaman yayınlanmasının beklendiğini sorun.
- Derginin, makalenizin basılı kopyalarını veya yayımlandığı baskının bir kopyasını veya son makalenin elektronik bir kopyasını (genellikle PDF formatında) sağlayıp sağlamadığını kontrol edin.
- Makale üzerindeki haklarınız hakkında yeterli bilgi sahibi olduğunuzdan emin olun (aşağıdaki telif hakkı kısmını okuyun). Emin değilseniz, konuyu dergiyle tartışın.

Yayınlama Süreci – Kabul Edilmeden Sonra Beklenecekler

- Dergi, makalenizi çoğunlukla mümkün olan bir sonraki baskıda yayınlacaktır.
- Makalenizin düzenlenmesinin ve dizginin uygun hale getirilmesinin ardından (derginin stiline uygun hale getirilmesi) editör makalenin son halini düzeltme için size yollayacaktır.
- Bu basamakta makaleyi dikkatlice okumanız, teknik, imla ve dilbilgisi hatalarını düzeltmeniz gerekir. Ana noktalarınızın düzenlenme içinde kaybolmadığından emin olun.
- Bu, makalenizde küçük düzeltmeler yapmanız için son fırsattır, bu nedenle, doğru sunulduğundan emin olmak için tabloları, illüstrasyonları, ölçü birimlerini vs. kontrol etmelisiniz. Doğru veri sağladığınızı da kontrol etmelisiniz.
- Orijinal makalenizde büyük değişiklikler yapmanızın bu aşamada kabul edilmeyeceğini unutmayın.
- Makaledeki düzeltmelerinizi yapın ve derginin yayın tarihini kaçırmamak için en kısa sürede editörünüze geri gönderin – geç kalırsanız bir sonraki baskıyı beklemeniz gerekebilir.

Alıntı

- Makaleniz bir dergi tarafından kabul edilene kadar bunu “hazırlık aşamasında” olarak göstermelisiniz.
- Makaleniz kabul edildikten ve derginin editöründen onay aldıktan sonra derginin adıyla birlikte “baskıda” olarak yazmalısınız.
- Makale yayınlanmadan ve tüm bilgiler size ulaşmadan tam atıfta bulunmayın (cilt/sayı/yıl/sayfa vb.)

Telif Hakkı

- Dergilerin çoğu yayımlandıktan sonra makalenin mülkiyetini alır (makalenin telif hakkını alırlar) – bu konuyla ilgili dergiyle iletişime geçilmelidir. Bu durumda, dergiye telif hakkını veren bir form imzalamanız gerekecektir – size bir form göndereceklerdir.
- Bazı dergiler, telif hakkı sahipliğinizi korumanıza izin verir, ancak onlara özel bir lisans atamanızı isterler – bu, makaleyi başka bir yerde yayınlamayacağınız anlamına gelir (orijinal yayıncıyla bu konuyu tartışmadan)
- Her iki durumda da, makaleyi tekrar kullanmanız konusunda şartlar ve koşullar bulunmaktadır –örneğin gelecekteki yayınlarda bölümlerini kullanmanıza izin verilmeyebilir. İmzalayacağınız belgedeki şart ve koşulları dikkatle inceleyin. İyi bir dergi/yayıncı, makalenizi ticari olmayan amaçlarla tekrar kullanmanıza izin verecektir (ders vb.).

Yayınlanma Sonrası

- Makaleniz yayımlandıktan sonra takip eden yayınlarınızda makalenizden alıntı yaparak dikkatleri makalenin üzerine çekebilirsiniz. Ayrıca, makalenizin kopyalarını sipariş edebilir, kullanabilecek ilgili kurumlara ve kişilere gönderebilirsiniz.
- Yayınınız finanse edilen bir araştırmanın sonucuysa, fon verenlerin makalenin bir kopyasını aldığından emin olun.
- Mümkünse, makalenin son elektronik versiyonunu çevrimiçi bir havuzda saklayın. Kendi kurumunuzda veya genel bir arşivde bu, makalenizi daha kolay ulaşılır hale getirecektir (yayın atfını dahil etmeyi unutmayın). Ancak, derginin bunu yapmanıza izin verip vermeyeceğini öğrenmek için telif hakkı kısıtlamalarınızı kontrol etmeniz gerekir.
 - Kurumunuzun veya aldığınız herhangi bir finansmanın kabul edilmiş makalenizi bir havuzda yayınlamanızı zorunlu tutabileceğini unutmayın.

Bölüm 7. Akran Değerlendirmesi İlkeleri

Mevcut akran değerlendirme ilkelerini gözden geçirdiniz mi? Akran değerlendirme, kalite kontrolü yapmak için halen tek etkin yöntem olarak düşünülmektedir ve tutarlı, güvenilir ve etkili bir sisteme sahip olmanız zorunludur. Buna sahip olduğunuzu anlamak için aşağıdaki soruları cevaplayınız:

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Oturmuş bir akran değerlendirme süreciniz var mı?			
2. Bütünüyle uygunsuz olan makaleleri gözden geçirilmeleri için göndermeden önce hızlıca reddediyor musunuz?			
3. Orijinal araştırma makaleleri için en azından bir tane dışarıdan danışman kullanıyor musunuz?			
4. Akran değerlendirme yapmadığınız makaleler için bir listeniz var mı? (Editöre mektup vb..)			
5. Akran değerlendirme süreciniz, topluluğunuz ve disiplininiz için uygun mu?			
6. Derginin internet sitesinde, akran değerlendirme sürecinizi açıklıyor musunuz?			
7. Yazar rehberlerinde, akran değerlendirme sürecinizi açıklıyor musunuz?			
8. Danışmanlarınıza, ne aradığınızı açıklayan bir rehber sağladınız mı?			
9. Aşağıdaki kaynakta verildiği gibi danışmanlarla çalışırken iyi, pratik rehberlere bağlı kalıyor musunuz?			
10. Danışmanlarınıza, son kararları üzerine geri bildirim sağlıyor musunuz?			

Çevrimiçi Kaynak ve Referanslar

Devamındaki kaynaklara ek olarak bu internet siteleri ve referanslar kullanışlı olabilir:

Benos, DJ, Bashari, E, Chaves, JM, et al. (2007) The ups and downs of peer review. *Advances in Physiological Education* 31(2), 145–152. doi:10.1152/advan.00104.2006

Callaham, M, Schriger, D and Cooper, RJ (nd) An instructional guide for peer reviewers of biomedical manuscripts. *Annals of Emergency Medicine* www3.us.elsevierhealth.com/extractor/graphics/em-acep (Ocak 2017'de erişildi).

Committee on Publication Ethics (COPE) publicationethics.org (Ocak 2017'de erişildi).

COPE: COPE Ethical Guidelines for Peer Reviewers.

publicationethics.org/files/Ethical_guidelines_for_peer_reviewers_0.pdf (Ocak 2017'de erişildi).

DOAJ (2015) Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing. doaj.org/bestpractice (Şubat 2017'de erişildi).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame (Ocak 2017'de erişildi).

Hames, I (2007) Peer Review and Manuscript Management in Scientific Journals: Guidelines for Good Practice. Blackwell Publishers in association with ALPSP.

Lovejoy, TI, Revenson, TA, France, CR: (2011) Reviewing Manuscripts for Peer-Review Journals: A Primer for Novice and Seasoned Reviewers. *Annals of Behavioral Medicine* 42, 1-13.

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.

Sense about Science (2012) Peer review: the nuts and bolts, 2012. senseaboutscience.org/activities/peer-review-the-nuts-and-bolts (Ocak 2017' de erişildi).

Shashok, K (2008) Content and communication: How can peer review provide helpful feedback about the writing? *BMC Medical Research Methodology* 8, 3. doi:10.1186/1471-2288-8-3 (Ocak 2017'de erişildi).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.ukB

Kaynak 7A: Farklı Akran Değerlendirmesi Yöntemleri

Öz: Birbirinden farklı akran değerlendirme modelleri vardır ve giderek bu modeller artmaktadır. Dergiler, kendilerine ve kendi topluluklarına en uygun olanı seçebilirler. Bu kaynak, en yaygın olan sistemler üzerine ayrıntılar vermektedir.

Çift kör akran değerlendirme

Tanım: Yazar (lar) da danışman da birbirlerinin kimliğinden habersizlerdir.

Avantajlar: Danışmanın, yazarın kimliğini veya kurumunu veya ülkesini bilmesiyle oluşacak önyargının önüne geçmeyi sağlar.

Dezavantajlar: Küçük topluluklarda, halen yazarların kim olduklarının danışmanlar tarafından belirlenmesi mümkündür. Bazıları, danışmanların isimsiz bir şekilde ne istediklerini söyleyebileceklerini hissettikleri zaman değerlendirme kalitesinin azalacağını hissine kapılabilirler.

Not: Bazı dergiler, yazar kimliklerinin danışmanlardan ayrıca gizlendiği üç kör değerlendirme yürütebilirler. Bu, yazarların danışman önyargılarıyla ilgili olası itirazda bulunabilecekleri küçük topluluklarda önemlidir.

Tek kör akran değerlendirme

Tanım: Danışmanlar, yazarların kimliklerini bilirler, fakat yazarlar makalelerini kimin değerlendirdiğini bilmezler.

Avantajlar: Bu, danışmanlara değerlendirmenin temeliyle ilgili daha fazla bilgi verir. Küçük topluluklarda, zaten danışmanlar yazarın olasılıkla kim olduğunu bilirler.

Dezavantajlar: Danışmanlar, yazar kimliklerini bilmelerinden kaynaklanan, hem saygın bir yazarı kritik etmenin zor olması hem de hoşlanmadıkları bir yazar ile ilgili aşırı kritik edici bir tutum takınmaları nedeniyle önyargılı olabilirler.

Açık akran değerlendirme

Tanım: Danışmanlar, yazarların kimliklerini bilirler, ve yazarlara makalelerini kimin değerlendirdiği söylenir.

Avantajlar: Daha yapıcı değerlendirmeler yapmak için bütünüyle şeffaf olunması öne sürülür, ve değerlendirme sırasında öne çıkan maddeler yazarlar ve danışmanlar tarafından tartışılır.

Dezavantajlar: Değerlendirmede yanlılık olabilir, saygın kişilerin kritik edilmesi zor bir durumdur.

Genel akran değerlendirme

Tanım: Makaleler herkesin erişimine açık bir şekilde siteye yerleştirilir ve okuyucular, makaleler üzerine alenen yorum yapmak için davet edilir.

Avantajlar: Her uzmanın yorum yapabileceği, tamamen açık erişimi olan ve şeffaf bir sistemdir.

Dezavantajlar: Sadece az sayıda insan yorum yapacaktır ve bazıları uygunsuz yorumlar olabilir. Ayrıca yazarlar, çalışmanın ham haliyle herkese açık olmasından mutsuz olabilir.

Örnek: Şu an için hiçbir dergi sadece genel akran değerlendirme yapıyor gibi görünmemektedir, fakat bazıları tarafından genel/özel değerlendirmeler kombine edilerek deneyimleniyor. Örnek için bakınız: www.atmospheric-chemistry-andphysics.net/review/review_process_and_interactive_public_discussion.html

Kademeli akran değerlendirme

Tanım: Bu sistem kullanıldığında, eğer dergi makaleyi reddederse (ilgi çekici, orijinal olmama gibi nedenler vs.) yazarlar makaleyi ortak olan bir dergiye gönderir ve danışman raporları da ortak dergiye gönderilebilir. Bu durum için yazarların ve danışmanların anlaşması gerekir.

Avantajlar: Bu durum, makalenin reddedilmesini takiben diğer dergiye gönderildiğinde, eğer makaleyi tekrar değerlendirmeleri istenmiyorsa danışmanların yükünün hafifletir.

Dezavantajlar: Eğer makale reddedildikten sonra revize edildiye, danışmanların raporları o zaman konuyla ilgili olmayabilir.

Geneli açığa vurma

Tanım: Bazı dergiler, danışman yorumları, makale güncellemeleri ve revizyonların bilimsel iletişim sisteminin önemli bir parçası olduğunu düşünürler ve bu yüzden orijinal makaleyi oluştururken yapılan danışman yorumları ve yazar cevapları, makalenin son yayımlanan halinde mevcut olur.

Avantajlar: Değerlendirme sürecindeki tam şeffaflık için önemli olabilir. Ayrıca danışmanların, yaptıkları yorumların umumi olacağını bilmelerinden dolayı daha kaliteli raporlar vermesini sağlayabilir.

Dezavantajlar: Danışmanlar izin vermeyebilir ve raporların sıralanması editöryal ofis için ekstra bir iştir.

Örnek: 'BMC Public Health journal' a bakın. Eğer şu adrese giderseniz:

bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-016-3888-x, makale başlığı altında 'açık akran değerlendirmesi raporları' bağlantısı görürsünüz, bu bağlantıyı takip ederseniz tüm danışman yorumlarını görürsünüz.

**ANAHTAR NOKTALAR**

Akran değerlendirmesinde, derginiz için en uygun olan yöntemi düşünün ve karar verin. Yeni yöntemleri tecrübe etmekten korkmayın, ancak yazarlarınız ve danışmanlarınızın seçtiğiniz yöntem konusunda tam bilgi sahibi olmalarını sağlayın.

Kaynak 7B: Danışmanlarla Çalışmak - İyi Uygulama

Öz: Bu kaynak, danışmanlar ile çalışma konusunda iyi pratik uygulamalara genel bir bakış verecektir.

İlkeler

Hangi akran değerlendirmesi yönteminin sizin derginiz için en uygun olduğuna karar verin.

- Hangi tip akran değerlendirmesi yürüteceksiniz? Ve nasıl idare edilecek?
- Tüm makalelerin değerlendirilmesine gerek yok (editöre mektup vs.).

Her makalenin aynı tip akran değerlendirmesine uğramasına gerek yok (ör. bazıları çift kör, bazıları tek kör olabilir) fakat tutarlı olunmalı ve hangi durumda ne tür bir akran değerlendirmesi yapılacağı konusunda prensipler olmalı.

Danışmanlarınızın nasıl ve kimin tarafından seçileceğine karar verin

- Yazarlar önerebilir (buna rağmen sadece yazar önerilerinin kullanılması önerilmiyor).
- Danışmanların belirlenmesi konusunda kim görevli olacak - danışmanlardan birisi mi? Ya da editöryal ofis mi?
- Dışarıdan kaç danışmanın her bir makaleyi değerlendireceğine karar verin.
 - Üç tanenin ideal olduğu düşünülüyor, fakat en azından bir tane dışarıdan danışmanın (editöryal takımın üyesi olmayan) genellikle minimum kabul edilebilir sayı olduğu söyleniyor.

Danışmanlara ne kadar süre vereceğinize karar verin;

- Bazı alanlarda 48 saat kadar kısa olabilir, ancak genellikle 2 haftadır

Son değerlendirmeyi kimin yapacağına karar verin - baş editör veya atanmış editör. (Danışmanların sadece öneride bulunduğunu, dergi editöryal takımının karar vermesi gerektiğini not edin.)

Yönetim

Danışman bilgileriyle ilgili şunlardan oluşan veritabanını devam ettirin:

- İsim
- Üyelik
- İletişim telefonu
- İletişim maili
- Uzmanlık konusu
- Sizin için gözden geçirilen makaleler - veri gönderilmesi, veri alınması

Etkililik genel puanı (zamanında teslim etme, faydalı yorumlar vs.)

Veritabanındaki detayların özel kalması – editöryal grup dışında paylaşılması.

Bu veritabanının, ilişkili veri koruma yasalarıyla uyumlu bir şekilde sürdürülmesini (eski kayıtların silinmesini içeren) sağlayın.

Her zaman, danışman veritabanınızdaki kişi sayısının artmasına dikkat edin.

- Uygun danışmanların isimlerini yazarlardan isteyin (bunları kullanmayabilirsiniz, fakat bunlar sizin veritabanınıza faydalı eklemeler olabilir).
- Toplantılardan, konferanslardan vs. uygun isimler elde edin.
- Alanda aktif bir şekilde yayın yapan danışmanları, dizinleme sistemlerinden (PubMed vs.) tarayın.

Makaleleri göndermeden önce danışmanları davet edin.

Danışmanlara, yaptıkları değerlendirmeyi geri göndermelerini konusunda anımsatma yapmayı hatırlayın.

İyi danışmanlara fazla yüklenmeyin.

Şu soruları açıklayacak rehberler temin edin

- Ne arıyorsunuz?
- Dergi ne yayınlamak istiyor?
- Endişeleri nasıl raporlarsınız (çıkar çatışması, şüpheli araştırma raporları vs.)?
- Etik olarak nasıl değerlendirirsiniz – değerlendirmeyi gizli tutun, değerlendirmede yanlılık (veya geçersizlik) oluşturan herhangi bir çıkar çatışmasını tanımlayın?

Danışmanlara, size faydalı raporlar temin etmeleri için yardım edin

- Danışmanlara, raporlarında özellikle istediğiniz maddelerle ilgili liste temin edin
- Editör yorumları için boşluk sağlayın (yazarlarla paylaşılmayan)
- Yazar yorumları için boşluk sağlayın
- Danışmanlara, yazarlar ile değerlendirme üzerine tartışma yapmak için iletişimde kalmak isteyip, istemediklerini sorun.
- Danışmanları kararınız ile ilgili bilgilendirin
- Eğer onların önerilerine karşı geliyorsanız, neden olduğunu söylemek iyi olur – böylece kırgın hissetmezler.

Danışmanlara ne gibi ödüller sunabileceğinizi düşünün, örneğin

- Dergide, teşekkür edilen danışmanların yıllık listesi
- Derginin ücretsiz bir kopyası veya çevrimiçi sitesine erişim
- Toplantılar, üyelikler vs. için indirimler
- Teşekkür için hediye çekleri (ör. Amazon hediye çeki)
- Maaş vermek nispeten sıradışı (çünkü ödeme yapmak ve bunu yönetmek çok pahalı), fakat bazı durumlarda ihtiyaç olabilir.



ANAHTAR NOKTALAR

Değerlendirme sürecini en iyi nasıl yöneteceğinizi ve işlem süresini düşürerek, danışmanları motive ederek, yazarlar için olan geri bildimleri geliştirerek, yapılabilecek iyileştirmeleri dikkatlice düşünün.

Bölüm 8. Kabul Edilen Makalelere Kalite Ekleme

Tüm kabul ettiğiniz makalelere uyguladığınız bir kalite standartı mevcut mu? Bir makale kabul edildiğinde, makaledeki dil kalitesi, makalenin sunumu gibi şeylerin kabul edilebilirliğinden ne şekilde emin oluyorsunuz? Altta soruları cevaplayarak işlem sürecinizin yeterliliğini kontrol ediniz:

	Evet	Geliştirilebilir	Hayır
1. Kabul sonrasında makalelerin redaksiyonunu yapıyor musunuz?			
2. Kaynakçada kullanılan stilin tüm makaleler için birbiriyle uyumlu olmasına dikkat ediyor musunuz?			
3. Yazım, dilbilgisi ve kaynaklar için belirlenmiş kendinize has stil düzenleriniz mevcut mu?			
4. Yazara ait tüm iletişim bilgilerinin (ilişkileri, iletişim adresi, e-posta adresi) makalede yer aldığını kontrol ediyor musunuz?			
5. Güvenilir bir dizgi ve redaksiyon sisteminiz mevcut mu?			
6. Tüm makaleler için tutarlı bir düzen ve dizayn kullanıldığını dikkat ediyor musunuz?			
7. Yayımlanma öncesi tüm yazarlar makalelerini görme ve onaylama fırsatına sahip oluyorlar mı?			
8. Çevrimiçi makalelere referans bağlantıları ekliyor musunuz?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Devamındaki kaynaklara ek olarak bu internet siteleri ve referanslar kullanışlı olabilir:

Benson PJ, Silver SC (2013) What Editors Want: An Author's Guide to Scientific Journal Publishing. Cambridge: Cambridge University Press.

Butcher J (2006) Copy-editing: the Cambridge handbook for editors, authors and publishers, 4th edn. Cambridge: Cambridge University Press.

Council of Science Editors (2012) CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update. www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331 (Ocak 2017'de erişildi).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame (Ocak 2017'de erişildi).

European Association of Science Editors (EASE): www.ease.org.uk (Ocak 2017'de erişildi).

Iverson, C (ed) (2007) AMA manual of style: a guide for authors and editors, 10th edn. New York, NY: Oxford University Press.

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

University of Chicago Press (2010) The Chicago Manual of Style, 16th edn. Chicago: University of Chicago Press.

Kaynak 8A: Stil ve Redaksiyon - Değer Katma

Öz: Redaksiyon teriminin önemini belirten açıklamalarla tanımlanması ve bu işi kimin yürütmesi gerektiğini tanımlamak.

Dergi Stili

Bir dergi için kendine has ve tutarlı bir "özgün stili" (house-style) olması önemlidir. Bazı İngiliz dili dışı dergilerde yazım konusunda tutarlılık çok önemsenmezken, İngilizce dergiler için ise bu çok önemlidir.

Genel bir kural olarak, yazar veya derginin yazım hatası olmadığından emin olmadığı zaman ortaya çıkacak tutarsızlık durumunda, okuyucular ortaya konulan bu araştırma veya bilim ürününün özenle hazırlanmadığını düşünecektir.

Bir dergi şunları içerecek bir stil kurgusuna sahip olmalıdır:

- Yazım kuralları
- Dilbilgisi kuralları

Özgün stil konusunda oldukça yararlı olabilecek bir kaynak ise Oxford University Press sitesinden ulaşılabilir. (www.oup.co.uk/academic/authors/AuthorGuidelinesMain/HouseStyle)

Bir dergi için makalelere değer katmanın yolu, her ne kadar yazarların doğru stilde yazılarını ulaştırmaları beklense de tamamı bunu başaramayacaktır. Bu yüzden dergi yazarın çalışmalarını iyileştirme yönünde çaba sarf etmeye hazır olmalıdır.

Redaksiyon nedir?

UK Society of Freelance Editors and Proofreaders (SfEP)' ten alıntılı olduğu kadarıyla

"Redaksiyon; ham materyali alıp bunu kitap, makale, web sitesi, yayın akışı, menü, broşür, oyun ve hatta tişört şeklinde yayımlanmaya hazır etmektir.

Redaksiyonun amacı ortaya çıkan sonucun doğru, anlaşılması kolay, amaca uygun olması ve hata, ihmal, tutarsızlık ve tekrardan yoksun olmasını sağlamaktır. Bu süreç utanç verici olabilecek hata, belirsizlik ve anomalileri ayıklar, yazarı olası yasal problemler konusunda uyarır ve dokümanın yapısını tasarımcı/dizgici için analiz eder."

Redaksiyon yazı ve resimlerin;

- Açık
- Tutarlı
- Belirsizlik içermeyen
- İyi organize edilmiş
- Anlaşılması kolay olmasını sağlar.

Redaksiyon ne değildir?

- Geniş paragrafları yeniden yazmak.

Redaksiyonun seviyeleri

Redaksiyonun pek çok seviyesi vardır:

- En azından; yazım hatalarını kontrol etmek, metindeki referans numaraları ile kaynakçayı karşılaştırmak, tablo ve şekilleri kontrol etmek, başlıkları belirgin hale getirmek.
- En fazla: makaleyi geliştirmek amacıyla değerlendirmek ve yeniden yazmak.

Redaksiyon işini yapan pek çok insan bu iki uç nokta arasında bir yerde kalmakta ve başarısızlık bu nedenle olmaktadır. Bu durum burada göz önünde bulundurulması istenen ve önerilen noktalardır.

Makalelere neden redaksiyon gereklidir?

Yazarlar, editörlük konusunda güvenilir değildirler ve yazılarında şu problemlerle karşılaşılır:

- Eksik ya da yanlış kaynakça (ör.: makalenin sayfa numaralarını yazmama)
- Tutarsızlık (ör.: İngilizce’de İngiliz ve Amerikan yazımlarındaki farklılıkların aynı yazıda kullanılması)
- Yazım stiline uymamak (ör.: kaynakçada yazar isimlerini kısaltma olarak verilirken aynı zamanda açık halde de yazmak)
- Eksiklikler (ör.: şekil, tablo, başlıklar)

Problem, yazarların konuya odaklı olmasından kaynaklanır. Yazarlardan aynı anda dil bilgisi kurallarına ve diğer biliminin dışındaki konularda dikkatli olması beklenmez.

Redaksiyon - değer katmak

Redaksiyon içeriğe katkı sağlar ve yazıya değer katar.

- Okuyucuya katkı sağlar – makalenin daha kolay okunması ve anlaşılmasını sağlar.
- Yazara katkı sağlar – yazarın işi “son şekline” sokular, yazı açıkça anlaşılır hale gelir.
- Dergiye katkı sağlar – dergiyi daha profesyonel gösterir.

Çevrimiçi Kaynaklar

- AuthorAID listelediği birkaç redaksiyon servisinden seçim yapılabilir. www.authoraid.info/resource-library
- www.grammarbook.com – Dilbilgisi konusunda bazı eğlenceli sorular ve cevapları



ANAHTAR NOKTALAR

Başarılı araştırmacıların her zaman üstün bir dil kullanım becerileri olmayabilir. Derginin aldığı önemli görev yazının vermek istediği mesajın okuyucular tarafından kolaylıkla anlaşılabilir olmasıdır. Redaksiyon ise bunun için gereklidir.

Kaynak 8B: Redaksiyon İşlemi – Gerekli Beceriler ve İş Akışı

Öz: Redaksiyon işleminin kimin tarafından yapılması gerektiğinin tanımı

Redaksiyon işlemini başarıyla yapabilen bir editör olmak için gerekli beceriler:

Aşağıdaki beceriler bu işlem açısından olmazsa olmaz özelliklerdir:

- Detaylara dikkat etmek ve unutmadan stilleri ve düzeni uygulamak
- İyi bir İngilizce (veya diğer ilgili diller) dilbilgisine sahip olmak
- Hata ya da tutarsızlıkları tanıyabilme becerisine sahip olmak
- Öncelikleri belirleyebilmek ve işi zamanında yetiştirmek
- Yazarlarla, çözülmesi gereken sorunları olduğu anda onlara yardımcı olabilmek ve sorunu çözebilmek amacıyla iyi iletişim yeteneklerine sahip olmak
- Konuya aşina olmak işi kolaylaştırır ancak zorunlu değildir

Kim redaksiyon işlemini gerçekleştirmeli?

Redaksiyon işlemi genellikle konuda uzman olmayan kişiler tarafından gerçekleştirilir. Redaksiyon işini yapan kişiler genellikle okumayı bilme ve dilbilgisi konusunda düzeltme yapabilme, tutarsızlıkları fark etme ve yazıdaki bütünlüğü sağlayabilme konularında yetenekli kişilerdir. Yazarlar, genellikle yazılarının kolay okunabilir, bütünlük açısından ve tüm yazı boyunca tutarlı olması konularında özenli değillerdir. Yazarlar, aynı zamanda konuda uzman oldukları için dilbilgisi kuralları ve diğer bilim-dışı kurallar konusunda hassasiyet göstermezler ve bu onların yaptığı araştırmaya karşı olan güveni azaltır ve şüpheyi artırır. Örneğin; yazar basit yazım kurallarına dahi özen göstermemişken araştırma konusunda doğru ve özenli davrandığı konusunda okuyucu tarafından şüpheyle yaklaşılabilir.

Editör, makale yazımı hakkında tecrübe sahibi olabilir, konu hakkında bilgisi de olabilir ancak redaksiyon işlemi için yeterli vakti veya becerisi olmayabilir. Bu konuda daha deneyimsiz bir kişi, örneğin yeni mezun, genellikle makale yazımı konusunda tecrübe sahibi değildir ayrıca konu hakkındaki bilgisi de çok derin değildir ancak gerekli daha önce sayılan özelliklere, dikkate ve en önemlisi zamana sahiptir. Bu nedenle redaksiyon işlemi genellikle yeni mezun kişiye verilir ve hem de bu kişinin dergi yayımlanmasına katkısı sağlanmış olur. Bu durum, bu kişiler için yazma süreci ve makalenin yayımlanmadan önce düzeltme süreçlerini yakından tanıma fırsatıdır. Ancak redaksiyon işlemini yapacak kişi yine de dikkatle seçilmelidir.

Bazı ticari yayımcılar serbest çalışan editörleri zaman zaman bu iş için tutabilmektedirler. Bu kişiler genellikle detaycı özelliklere sahip bilim insanlarıdır. Dizgiciler gün geçtikçe bu işin içine sokulmakta ancak sadece küçük düzeltmeler açısından yardımları istenmektedir - dergi stili (sıklıkla ara-ve-yerleştir programları kullanılarak yapılarak), genel mantık konusunda (yazarları gelebilecek sorular konusunda prova aşamasında bilgilendirmek) ve dizginin biçimlendirmesi için.

Bazı küçük dergilerde, bu işi editörün yapması beklenir.

Redaksiyon İşleminin İş Akışı

Redaksiyon işlemini yapan kişi genellikle işlemin yazarın göndermiş olduğu Word dosyası üzerinden veya bu iş için özel paket programlar (ör.: Xstyles) vasıtasıyla yapar. Bu programlar daha sonrasında elektronik dizgi işlemlerinin de yapılabilmesini sağlarlar. Redaksiyon işlemini yapan bazı kişiler ise işlerini kağıt üzerinde yapar ve yorum, düzeltme, işaretleme işlemlerini Word dosyası üzerinde gerçekleştirerek dizgiciye temiz bir dosya gönderir.

Redaksiyon işlemi için izin verilen süre değişkendir ve bu süre içeriğin karmaşık olup olmamasına (ör.: kaynakça sayısı, matematiksel içerik), gereken düzeltme miktarına bağlıdır. Bu işlem genellikle ortalama olarak 2000 kelimelik bir yazı için bir ile iki saat arası bir süre alır.

Redaksiyon işlemi yapan kişi dizgi ekibi için işaretlemeler yapar. Bu işaretlemelerle; başlık seviyeleri, tablo ve şekillerin nereye geleceği, nerelerin kalın veya italik yazılacağı belirtilir. Eğer gerekirse redaksiyon işlemi yapan kişi yazıya elektronik ve interaktif belgelerin yerleştirilmesini sağlar.

Redaksiyon işlemi yapan kişi aynı zamanda yazıyı geliştirmek adına problemleri ortaya koyar ve sorular yöneltir. Örnek vermek gerekirse yazara “bu şekil yeterince anlaşılır değil, daha anlaşılabilir halde yapılabilir mi?” veya “bu bölümün XXX bölümü içerisinde yer alması gerekmez mi?” gibi sorular yöneltir.

Özet

Özetleyecek olursak, redaksiyon işlemi gerçekleştiren kişinin görevleri:

- Yazıyı okuyun - özellikle metnin mantıklı ve anlaşılır olduğunu kontrol ediniz (sözcüklerin unutulması muhtemeldir, ayrıca harf hataları da olabilir).
- Yazıda verilen referans numarası ile kaynakçayı karşılaştırın (metinde yıl farklı ise ya kaynakça yanlıştır ya da yazar farklı bir kaynağı kullanmıştır; yazara sorun).
- Tablo ve resimleri kontrol ederek karşılaştırma yapmak ve numara ve açıklamaları olduğundan emin olmak.
- Tabloları matematiksel ve mantıksal olarak kontrol etmek.
- Derginin stiline sadık kalındığından emin olmak (yazım kuralları, başlık seviyeleri)
- Tutarlı olduğundan emin olmak (ör.: ölçü birimleri)
- Yazıda eksiklik olmadığından emin olmak (ör.: başlıklarda eksik, yazar bilgileri, yazıda eksik bölüm kalmaması)
- Kaynakça stilini kontrol etmek – stilin dergi stiline bağlı kalarak oluşturulduğu ve tutarlı olduğundan emin olunmalı, tutarsız olunması özensiz görünür ve otomatik sistemlerin çevrimiçi yayımlarında hipermetin yapılandırılmasını imkânsız kılar.
- Son olarak, redaksiyon işlemi yapan kişi dizgi ekibi için yazıyı işaretler.



ANAHTAR NOKTALAR

Dergilerde baş editörler her zaman redaksiyon işi için en uygun kişiler değildirler. Tutarsızlıkları ve yazım hatalarını tespit etmek belirli yetenekler gerektirir. Redaksiyon işini en iyi yapacak kişinin kim olabileceğini seçmek önemlidir.

Kaynak 8C: Bağlantılar ve DOI'ler

Öz: Bu bölüm, bağlantıların (özellikle DOI'ler vasıtasıyla kalıcı hale gelen bağlantılar) eklenmesiyle makalelere kalite katma konusunda basit bir rehber olacaktır.

Kabul edilen makalelere yayımcının kalite katabileceği (özellikle redaksiyon aşamasında) bir alan ise metnin içerisine hipermetin yerleştirmektir. Bu bağlantılar aynı metin içerisinde farklı noktalar olabileceği gibi web sitesinin başka yerlerine veya diğer web sitelerine olabilir.

Makale-içi bağlantılar

Makale-içi bağlantılar genellikle dijital makale içerisinde yön bulmayı kolaylaştırmak ya da aşağıda sayılacak nedenlerden kullanılabilir:

- Yazar isimlerinden e-posta adreslerine kadar olan bilgi bağlantıları
- Makalenin bölümlerine ait bağlantılar (ör.: öz, tartışma, materyal-metot)
- Makale içerisinde kullanılan atıflar ve makale sonunda kullanılan kaynakçaya ait bağlantılar
- Makale içindeki tablo ve şekillere ait atıflardan tablo ve şekillerin asıllarına olan bağlantılar

Okurlarınız için hangi metin içi bağlantının daha kullanışlı olacağını seçiniz.

Dış bağlantılar

Dış bağlantılar kapsamında:

- E-posta adresine tıkladığında açılacak olan e-posta diyalog ekranı
- Atıfta bulunulan makalenin telif hakkı sekmesinde bulunan web sitesini ya da makalenin tüm kullanım şartları ve koşulları ekranını açan bağlantı
- Bulunulan web sitesinden başka web sitelerine olan bağlantılar

Okurlarınız için hangi dış bağlantıların kullanışlı olacağını seçiniz.

Referans bağlantıları

Hipermetin bağlantıları arasında en kullanışlı olanı kaynakçada bulunan, atıfta bulunulan makalelere ait olan bağlantılardır. Böylece okuyucu sadece tıklayarak direk olarak atıfta bulunulan makaleyi okumaya başlayabilir. Bunlar genellikle URL (tekdüzen kaynak bulucu), PubMed ID (PMID), DOI (Sayısal Nesne Tanımlayıcıları) şeklindedirler.

URL: makaleye ait özgün web adresidir (ör.: nepjol.info/index.php/BJ/article/view/8542)

PMID: PubMed ID PubMed veritabanı tarafından, PubMed'de yayımlanan sadece biyomedikal makalelere özgü olan her makaleye verdiği bir kimlik numarasıdır. Yazarların bu numarayı kullanmak istemeleri durumunda yazılarına eklemeleri beklenir.

DOI: Sayısal Nesne Tanımlayıcısı (Digital Object Identifier) her makaleye özgü olarak verilen numaradır ve makale URL'si ile eşlendirilir. En yaygın kullanılan "özgün" makale tanımlayıcısı olarak kullanılmaktadır.

Neden URL değil de DOI kullanmalıyız?

URL'ler ile ilgili en önemli problem URL'lerin değişmesidir. Derginin web sitesi ya da sunucusunu değiştirmesi ve hatta web sitesi sağlayıcısını değiştirmesi durumlarında URL de değişmektedir. Bu durumda önceden alınan URL adresi "ölü bağlantı" haline gelir. Ancak makaleye DOI numarası eklendiğinde makale olduğu yerden taşınsa bile DOI numarasıyla yapılacak bir aramayla yeni yerine yönlendirilme yapılacak ve makaleye ulaşım mümkün olacaktır.

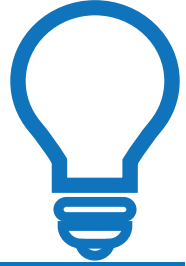
DOI numaralarını nasıl bulur ve ekleriz?

Bunun pek çok yolu vardır ancak en kolay yolu yazardan bu numarayı makaleye eklemesini istemektir. Ancak bazen yazarlar talimatları yerine getirme konusunda duyarlı davranmazlar ve bu durumda makaleye ve bu vasıtayla dergiye yapılabilecek önemli bir katkı bu numaraları makaleye eklemektir.

DOI numaralarının eklenmesi en kolay redaksiyon aşamasında gerçekleştirilebilir. Bunu yapmak için aşağıdaki talimatları sırasıyla gerçekleştirin:

- Crossref Basit Metin Sorgusu sayfasını açın: www.crossref.org/SimpleTextQuery
 - Kayıtlı bir e-posta adresine sahip olmak gerekir (sayfada ücretsiz kayıt için bağlantı yer almaktadır).
- Sonrasında şu basamakları takip edin:
 - Kayıtlı e-posta adresinizle giriş yapın
 - Kaynakçayı kopyala-yapıştır yapın. Tüm kaynakçayı ekleyebilirsiniz.
 - Kayıt tuşuna basın
 - Tüm kaynakçayı yapıştırdığınız sırayla, DOI numaraları eklenmiş haliyle e-posta alacaksınız.
 - Bu listeyi makaleye tekrar kopyala-yapıştır yapın.

Dergilerdeki tüm makalelerin, çoğu kitap bölümlerinin veya yayım tiplerinin DOI numarası yoktur. Ancak bu numaraları arama, eklemenin, redaksiyon işini gerçekleştiren kişiye olan katkısı ise kaynakçada yanlış yazılmış bir numarayı tespit etmektir. Örnek verecek olursak büyük dergilerin çoğu makalelere DOI numarası vermektedir; ancak kaynakçada yer alan makalelerden biri Crossref sitesinden alınan cevapta DOI numarasının olmadığı görülmesi halinde yazar referans yazma sırasında bir hata yapmış olabilir. Böylece makale yayımlanmadan önce olası bir kaynakça hatasının önüne geçilmiş olur.



ANAHTAR NOKTALAR

Makaleye hipermetin eklemek okuyucuya yardımcı olur, yazıya değer ve kalite katar. Bu nedenle hangi bağlantıların ekleneceğini seçmek önemlidir. Kaynakçada kullanılan bağlantılar özellikle değerlidir ve dergiye olan yararları nedeniyle eklendiğinden emin olunmalıdır.

Bölüm 9. Etik Politikalar

İntihal, çıkar çatışması ve diğer etik konular hakkında politikalarınız var mı? Problemleri öngörmede ve çözümede yardımcı olabilecek uygun ilkelere sahip olup olmadığınızı kontrol etmek için aşağıdaki listeye bakınız:

	Evet	Geliştirilebilir	Hayır
1. Aşağıdaki durumları içeren yayınlanmış açıklama veya politikalarınız var mı?			
a. İntihal?			
b. Sahtecilik?			
c. Çıkar çatışması?			
d. Yazar ihtilafı?			
e. Gizlilik ve mahremiyet?			
f. Hayvan ve insan araştırma rehberleri (uygunsa)?			
g. Raporlama rehberleri (uygunsa)?			
2. Politikalarınız neyin uygun olup olmadığının detaylarını kapsıyor mu?			
3. Politikalarınız uluslararası yayınları referans alıyor mu?			
4. Politikalarınız karşı görüşleri nasıl yanıtlayacağını gösteriyor mu? (Yazarlar, editörler, danışmanlar, vb.)			

Çevrimiçi Kaynak ve Referanslar

Kaynaklara ek olarak, aşağıdaki web siteleri ve referanslar yararlı olabilir:

- Committee on Publication Ethics (COPE) publicationethics.org (erişim Ocak 2017).
- Cope, B and Phillips, A (eds) (2009) *The Future of the Academic Journal*. Chandos.
- COPE: Code Of Conduct And Best Practice Guidelines For Journal Editors. publicationethics.org/resources/guidelines (erişim Ocak 2017).
- Council of Science Editors (2012) *CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update*. www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331 (erişim Ocak 2017).
- DOAJ (2015) *Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing*. doaj.org/bestpractice (erişim 15 Şubat 2017).
- Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) *The Manual for Editors of Health Science Journals*. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame (erişim Ocak 2017).
- International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE): www.icmje.org/ethical_1author.html (erişim Ocak 2017).
- Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge University Press.
- Sense about Science (2009) *Peer review survey 2009*. senseaboutscience.org/activities/peer-review-survey-2009 (erişim Ocak 2017).
- Ray, J (2002) Judging the judges: the role of journal editors. *QJM* 95, 769-774. doi: 10.1093/qjmed/95.12.769 (erişim Ocak 2017).
- Saunders, J (2010) Plagiarism and the law. *Learned Publishing* 23, 279-292. DOI: [dx.doi.org/10.1087/20100402](https://doi.org/10.1087/20100402)
- Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) *Science Editors' Handbook*, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk
- World Association of Medical Editors (WAME): www.wame.org (erişim Ocak 2017).

Kaynak 9A: Etik Sorunlar - Nelerdir, Nasıl çözülür?

Öz: Tüm dergiler için, etik çalışmak ve yazarlarının etik çalışmasını sağlamak önemlidir. Bu konuda çok fazla şey yayınlanmıştır (konuyla ilgili kaynaklara bakınız). Bu kaynak, yazarların ve yayıncıların dikkat etmesi gereken etik sorunları ve bunların nasıl yönetileceğini ana hatlarıyla belirtmektedir, ancak özellikle COPE yayınları olmak üzere diğer kaynaklarda göz önünde tutulmalıdır.

Yazarlık ihtilafı

Çoğu editorün karşılaştığı en yaygın problemlerdendir. Aşağıdakileri içerir:

Dahil edilmeyen yazarlar: Bunlar “hayalet” yazarlar olabilir – birini profesyonel yazarların araştırmayı yazmak için işe alınması, veya yazarlar arasında anlaşmazlık olması, veya birinin dahil etmek için “fazla deneyimsiz” görülmesi gibi. Her dergi, açık yazarlık kriterlerine sahip olmalıdır (ICMJE web sitesine yazarlık tanımlarını görmek için bakınız: www.icmje.org/recommendations/browse/roles-and-responsibilities/defining-the-role-of-authors-and-contributors.html).

Yazar olmayanların dahil edilmesi: Misafir yazarlar. Bu durum, yaygın bir şekilde departmanın başındaki kişinin departmanın yayınlanan tüm çalışmalarına adının dahil edilmesi şeklinde olur. Dergi, yazarlık kriterlerinde bunu belirtmelidir.

Yazar sırasının yanlış olması: Bazen bir yazar, size bildirilenden farklı olarak hiyerarşiye göre daha üst sıralarda olması gerektiğini düşünebilir.

Çözüm: Dergi, makaleleri ele alma biçiminde gerekli özeni gösterdiği sürece tüm anlaşmazlıklar editörlerin veya derginin müdahalesi olmadan yazarların kendileri tarafından çözümlenmelidir. Bir ihtilaf, yayınlanmadan önce ortaya çıkarsa, makale dondurulmalı ve anlaşmazlık çözülene kadar yayınlanmamalıdır. Yayınlandıktan sonra anlaşmazlık olursa, durum çözüldükten sonra dergi bir basım hatası düzelme metni yayınlamaya hazır olmalıdır. İdeal olarak, dergi tüm yazarların imzalamış olduğu yazarlık formuna sahip olmalıdır ve her yazar kabul edilen yazının bir kopyasını e-posta olarak almalı ve yazar olarak dahil olduğunu (1), yazar sıralamasının planlandığı gibi olduğunu (2) ve yayınlanacak yazının son halinden memnun olduğunu (3) doğrulamalıdır.

COPE bakınız: Yazarlık ihtilafıyla nasıl başa çıkılır? Yeni araştırmacılar için kaynak:

publicationethics.org/files/u2/2003pdf12.pdf.

İntihal ve telif hakkı ihlali

İntihal, bir yazarın başka bir kişinin fikrini yeniden üretmesi ve bu fikir kendisine aitmiş gibi sunmasıdır. Telif hakkı ihlali ise, bir yayının izinsiz kopyalanmasıdır. Genellikle intihal durumları telif hakkı ihlali de içerir (çünkü yazar orijinali kopyalamıştır). Telif hakkı ihlali yasa dışıyken, intihal etik olmayan bir durumdur – ve akademik olarak ağır bir suistimal kabul edilir.

Çift yayınlama, yazarın çalışmasını tekrar yayınlaması durumudur – bazen küçük değişiklikler yapılır, bazen sadece başlık değişikliği yapılır, bazen ise hiçbir değişiklik yapılmaz. Bu, etik dışı kabul edilir (ancak başka birinin çalışmasını kopyalamak kadar ciddi değildir).

İdeal olarak tüm hakemler ve editörlerin intihale karşı gözleri açık olmalıdır – ancak bunu yakalamak kolay değildir. Bazı dergiler tüm başvurularda düzenli bir kontrol yürütürken, diğerleri sadece şüpheli durumlarda kontrol ederler. Kontrol sistemi şunları içerir:

- Google – c.110 kelimeye kadar yapıştırabilirsiniz
- Benzerlik kontrolü önceden (CrossCheck olarak bilinirdi) – sadece Crossref üyelerine açık ve üyelik ücreti mevcut, ancak en iyi kontrol sistemi
- Plagium: düşük ücretli bir servis: www.plagium.com
- İntihal kontrolcüsü: www.dustball.com/cs/plagiarism.checker

Çözüm: COPE akış şemasını takip edin, bk. sayfa 69.

Çıkar Çatışması

Çıkar çatışması; yazar, hakem, editör veya yayınevinin kararını etkileyebilecek yanlılık veya yanıltıcı bilgilerin yayınlanmasına yol açacak potansiyel yanlılık olması durumudur. Bu, yazarın tanımlanan ilacı üreten farmasötik bir firma için çalışıyor olması; bu hakemin daha önce yazarlarla çalışmış olması ve onlarla kişisel veya iş nedeniyle ters düşmesi sonucu olabilir veya yazarın dergide editör olması veya editörün yazarla ilişkili olmasıyla olabilir. Her çıkar çatışması kendi bazında ele alınmalıdır. Örnek olarak:

- Hakem, yazarın rakip kurumunda çalışıyorsa, yazıyı değerlendirmemelidir.
- Yazar, editör ise, hiçbir şekilde yazının değerlendirilmesi ve karar aşamasına dahil olmamalıdır.
- Yazar, editör ise, veya yazıda yanlılık oluşturacak ticari ilişkisi mevcut ise yazının sonunda buna açıklık getirilmelidir böylece okuyucu, hakem ve editör yazı içeriği ile ilgili bilgilendirilmiş olarak karar verebilir.

Çözüm: Olabilecek çıkar çatışmalarını yönetebilmek için bazı politikalarınız olmalıdır. Tüm yazar, editör ve hakemlerin herhangi bir çıkar çatışmasına (daha sonra önemli olmadığına karar verseniz bile) açıklık getirmesini sağlamalısınız. COPE akış şemasına bakınız.

Araştırma veya yazım hilesi

Bazen yazarlar sunmak istedikleri sonuca ulaşmak için verilerde fazladan düzenleme yapabilirler, bazen bulguları değiştirebilirler ve bazen de taraflı bir şekilde mevcut verileri yeniden oluşturabilirler. Bunu yakalamak her zaman kolay değildir ama genel kural olarak araştırma gerçek olamayacak kadar iyi görünüyorsa, muhtemelen gerçek değildir.

Çözüm: Yazarların düşüncelerinde dürüst olduğuna inanmanız gereklidir, ayrıca daha fazla bilgi almaya veya editörleri veya sizi şüpheye iten sonuçları kanıtlamaya yönelik geçmiş verileri incelemeye hazırlıklı olmalısınız. COPE akış şemasına bakınız.

Değersizleştirme ve gizlilik hakkı

Dergiler değersizleştirme ve gizlilik hakkı konusunda dikkatli olmalıdır. değersizleştirme bir kişiyi (veya kurumu) değersiz bir konuma düşürme, gizlilik hakkı ise bir kişinin kişilik haklarına müdahalede bulunmama durumudur. Bir kişiye veya kuruma isim vermeden de değersizleştirme yapmak mümkündür. Eğer yazılardan yola çıkarak kişiyi tanımak mümkünse ve yazılanların doğruluğu ispatlanamıyorsa dergi ve yazar değersizleştirme nedeniyle suçludur. Bir kişi, bir açıklama veya fotoğraftan tanınabiliyorsa, dergi gizlilik ihlali nedeniyle suçludur. Yaygın olarak medikal dergilerde hastaların kişilik haklarının korunması gereklidir ve yazılı izin alınmalıdır (dergi bu izni görmelidir).

Çözüm: Dergi, tüm yazarların, yazının değersizleştirme ve illegal bir şey içermediğine dair imza atmasını sağlamalıdır. Dergi, ayrıca yazının inceleme/değiştirme/düzenleme aşamalarında titiz olunduğu ve muhtemel hak ihlali konusunda dikkatli olduğunu göstermelidir. Yazının problemlili olduğundan şüpheleniyorsanız, yazarla görüşmelisiniz ve gerekli ise avukatla kontrol etmelisiniz. Gizlilik için fotoğraflarda bir kişinin sadece gözlerini kapatmak yeterli değildir.

Yönetim hataları, basım hatası, geri çekme vb.

Basım hatası ve düzeltme

Basımdan sonra bir problem gelişirse, bunun üzerinde durulmalıdır. Öncelikle kendi durumunuzdan emin olduktan sonra, okuyucuyu bilgilendirebilirsiniz. Bir düzeltme gerekli olduğu zaman, bir sonraki basıma bu düzeltme dahil edilmelidir. Online olarak düzeltme, makaleyle ilişkili olmalıdır – ancak belirtilmeden makale üzerinde değişiklik yapılmamalıdır. Online düzeltme örnekleri:

- Makaleyi güncellemek, ancak neyin ne zaman değiştirildiğini belirten açık bir not ile birlikte
- Orijinal makaleye bir düzeltme yazısı eklemek, fazladan bir dosya olarak (çok nadir kullanılır)
- Online makaleye bir düzeltme yazısı eklemek: en yaygın kullanılan sistem – bakınız www.nature.com/neuro/journal/v3/n12/full/nn1200_1316.html
- Crossmark - sadece Crossref üyelerine açık (ücretli), açıklamaya bakınız: www.crossref.org/crossmark

Geri çekme

Bir makale geri çekildiğinde web sitesinde tam metnin kalması önerilir ancak açık bir şekilde PDF veya HTML sayfası üzerinde geri çekilme belirtilmelidir.

Eğer bu mümkün değilse veya istenmiyorsa makale kaldırılabilir ancak makaleyle ilgili bir şey web sitesinde yer verilmelidir (çünkü okuyucular makaleyi zaten okuyacak ve muhtemelen alıntı yapacaklardır). Bu durumda içindekiler tablosuna makale başlığının ardına "geri çekilmiş" ibaresi koymak ve özet sayfasında geri çekilme nedenlerini içeren bir açıklama metnine yer verilebilir.

Örnek: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0893608012002377

COPE akış şeması

COPE (The Committee On Publication Ethics) etik sorunları çözebilmek için basamaklarının takibi kolay olan akış çizelgeleri sunar (ücretsiz erişim). Tüm yayınların bu çizelgeleri takip etmeleri önerilir:

publicationethics.org/resources/flowcharts



ANAHTAR NOKTALAR

Dürüstlük kimse izlemese bile doğru olanı yapmaktır (CS Lewis'e atfen)

Etik standartları devam ettirmek ve yazarların da aynıısını uygulamasını sağlamak tüm yayınların değeri açısından hayati önemdedir. Etik şekilde davranmaya dikkat etmek ve yazarların da öyle davrandığından emin olmak son derece önemlidir.

Bölüm 10. Telif Hakkı

Kapsamlı telif hakkı politikanız var mı? Yazarların ve dergilerin fikir mülkiyetlerinin korunma hakları çok önemlidir, ama sıklıkla dergiler tarafından ihmal edilmektedirler. Aşağıdaki listeyi inceleyerek bu konuda kendi seviyenizi görün:

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Her makalede telif hakkının kime ait olduğunu derginin internet sitesinde açıkça belirtiyor musunuz?			
2. Derginin internet sayfasında derginin telif hakkı sahibini açıkça belirtiyor musunuz?			
3. Basılı derginin her makalesinde telif hakkı sahibini açıkça belirtiyor musunuz?			
4. Basılı dergide derginin telif hakkı sahibini açıkça belirtiyor musunuz?			
5. Yazardan telif hakkını veya yayınlama iznini size verdiğine dair imza vermesini veya bunu net belirtmesini ister misiniz?			
6. Son 2 yıl içinde yazarlarınız tarafından imzalanması (veya işaretlenmesi) gereken telif hakkı atama formunuzu (veya çevrimiçi bildirimizi) gözden geçirdiniz mi?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak bu internet siteleri ve referanslar faydalı olabilirler:

Armstrong, C, de Beer, J, Kawooya, D, Prabhala, A and Schonwetter, T (eds) (2010) Access to Knowledge in Africa: The Role of Copyright. UCT Press. www.idrc.ca/en/book/access-knowledgeafrica-role-copyright (Şubat 2017'de erişildi).

Campbell, R, Pentz, E, Borthwick, I (eds) (2012) Academic and Professional Publishing. Oxford: Chandos Publishing.

Cope, B and Phillips, A (eds) (2014) The Future of the Academic Journal, 2nd Edition. Elsevier.

Cox, J and Cox, L (2009) Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers. Learned Publishing 22, 75–77. doi:10.1087/095315108X378839 (Ağustos 2013'te erişildi).

DOAJ (2015) Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing. doaj.org/bestpractice (15 Şubat 2017'de erişildi).

Jones, H and Benson, C (2016) Publishing Law, 5th edn. UK, Routledge

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.

NFAIS (2009) Best Practices for Publishing Journal Articles. www.nfaiss.org/best-practices (Şubat 2017'de erişildi).

Saunders, J (2010) Plagiarism and the law. Learned Publishing 23, 279-292. DOI: [dx.doi.org/10.1087/20100402](https://doi.org/10.1087/20100402)

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.org.uk

Kaynak 10A: JISC Telif Hakkı Kaynağı

Öz: JISC web sayfasında 2004’de yayınlanan “Copyright”, Jislegal 2004 (güncel değil, ama hala ilgili ve yararlı) makalesinden izinle alınmış telif hakkı tanımlaması.

Intellectual Property and Electronic Theses, Dr. Theo Andrew tarafından yazılmıştır. Tam metine buradan erişilebilir: CiteSeerX citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?sessionid=09EB16F0B84AF8195AFF3BFB3E15316C?doi=10.1.1.214.7765

Telif hakkı

1. İntellektüel tasarım koruması amacı ile bir takım fikiri mülkiyet hakları (FMH) oluşturulmuştur. Telif hakkı, marka kanunu, tasarım ve model ve patent kanunu dahil, çok sayıda çeşitli FMH mevcuttur. Edebiyat, sanatsal, drama ve müzikal çalışmalar çoğunlukla telif hakkı tarafından korunmaktadır. Telif hakkı, Tasarım ve Patentler Yasası (TTPY), 1988, (s.175) yayınlanmamış bir İngiliz tezidir ve bu şekilde harekete geçirilmiştir. Yasa, bir tüzel kişinin önemli bir kısmının telif hakkı sahibinin izni olmaksızın üçüncü bir tarafın yeniden yayınlanmasını yasaklar. Üstelik, metnin kopyaları telif hakkı sahibinin rızası olmadan topluma sunulamaz (s.16).

2. İnternet üzerinden erişilebilen herhangi bilginin herkese açık olduğuna ve kullanımında kısıtlamanın olmadığına dair yaygın yanlış anlayış mevcuttur. Ancak İnternette yayınlanmış herhangi bir çalışma da aynı diğer medyalar da olduğu gibi işleyen bir koruma altındadır.

3. Telif hakkı aracılığı ile fikir mülkiyeti sahibi çalışmasının kullanımını kontrol etmeye izin veren haklar kazanıyor. Öncelikle, yazarlar çalışmalarının nasıl kullanıldığını özel olarak kontrol etme hakkını muhafaza ederler. Çalışmayı yazarından önceden alınmış rızası olmaksızın çoğaltan, aktaran veya dağıtan herhangi birey tarafından telif hakkı ihlal edilmiş olur.

4. Adli savunma doğrulaması altında birtakım istisnalar kanunen mevcuttur. “Adli savunma” terimin kesin tanımlamasının olmaması ve tanımlamanın sonunda mahkeme tarafından belirlenmesine rağmen, “Adli savunma” adil olduğu süreçte ve hak sahibi zarar görmediği takdirde çoğaltmak için kısıtlı izin vermektedir. “Adli savunma” doğrulamasının kullanılmasının asıl amacı – ‘Araştırma ve Özel Çalışma’ (her iki durumda ses kaydı ve film hariç). ‘Adil İşlem’ savunmasının kullanılabilmesi başlıca amaçlar: ‘Araştırma ve Özel Çalışma’ (her iki durumda da ses kayıtları ve filmler hariç), ‘Eleştiri / İnceleme ve Haber Raporlama’. Her durumda çalışmanın kaynağının belirtilmesi ‘Adli Savunma’ doğrulamasının şartıdır.

5. Telif hakkının koruması için resmi bir kayıt gerekli değildir. Birleşik Krallık’da, çalışma orijinal olduğu sürece (aşağıdaki paragraf 10) ve belirli bir biçimde (aşağıdaki paragraf 11) ifade edildiği sürece, eser kalıcı bir şekilde kaydedildiği anda telif hakkı koruması verilir. Ayrıca, yazarın telif hakkı sembolünün kabulü ile sahipliklerini belirtmesi de istenmez; bununla birlikte, eğer tartışmalı ise önceliği belirlemede yararlı olabilir.

Özgünlük

6. Bir eser, yaratıcısı tarafından damgalanmışsa orijinal olarak tanımlanır. Başka bir deyişle, yaratıcının çalışma şeklini üretiminde ayrılmaz bir rol oynadığı anlaşılmalıdır. Özgünlüğü değerlendirmek için kesin bir kriter yoktur, ancak, değerlendirilme için sunulan doktora tezindeki çalışmanın, çalışma alanına ilişkin bilgi birikimine ya da kavrayışına önemli bir katkı sağlaması ve yayınlamaya elverişli materyalleri içermesi gerektiği kabul edildiği için, doktora tezlerinin telif hakkı yasası bakımından orijinal olarak kabul edilmesi muhtemeldir.

7. Yenilikçiliği ve yaratıcılığı teşvik etmek için, telif hakkı belirli fikirleri kendi başına korumaz, aksine belirli bir formda ifade edilmelerini korur. Örneğin, "Pamuk Prenses" in orijinal hikayesi ilk olarak 1812 yılında Jacob ve Wilhelm Grimm tarafından geleneksel halk hikayelerinden türetilmiştir. Bununla birlikte, orijinal prodüksiyondan türetilmiş olmasına rağmen, 1937 Disney filmi “Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler” in sanat, animasyon ve müzikal notası, orijinalinden farklı bir biçimde yeni bir fikir ifadesi olduğu için ayrı bir telif hakkıyla korunmaktadır.

Manevi ve ekonomik haklar

8. Telif hakkı, yazara bir ayrıcalıktan ziyade, olumsuz bir hak verir. Telif hakkı sahibi belirli kısıtlı eylemleri (ör. kullanım, kopyalama ve dağıtım) yetkilendirebilir veya engelleyebilir. Ayrıca yazar, çalışmanın ekonomik ve manevi haklarının sahibi olarak kabul edilmektedir. Ekonomik haklara sahip olunması, yazara maddi kazançla veya kazançsız çoğaltma ve kamuoyuna aktarma, özel hakkı aracılığı ile çalışmasının kullanılmasından gelir alma imkanı sağlıyor. Bunu yapmaya çalışan üçüncü bir taraf, yazarın önceden onayını alır.

9. Manevi haklar, yazara yaratıcı olarak tanınması için süresiz patent hakkı, esere aşağılayıcı muameleyle maruz kalmama hakkı ve yaratmadıkları bir şeyin yazarı olarak tanımlanmama hakkını verir. Patent hakkı yazar tarafından, diğer ikisi ise otomatik olarak belirtilmelidir. Ölümünden sonra, herhangi bir manevi hak mirasçı tarafından tutulur.

10. Genellikle ekonomik ve manevi haklar pratik uygulamalarında farklılık gösterir. Şu anda, İngiltere'de 1 Ocak 1996'dan sonra oluşturulan çalışmalar için, ekonomik haklar yazarın ölümünden 70 yıl sonra sona eriyor. Eğer yaratıcı, haklarının tamamını veya bir kısmını devretmek isterse, bu ekonomik haklar başka bir tüzelliğe devredilebilir. Akademik yazarların hakemli dergilerde yayın yapmaları yaygın uygulamadır. Bu şekilde sadece ekonomik haklar aktarılabilir. Yazar, haklı olduğunu ileri sürdüğü takdirde, her zaman patent hakkını korur.

**ANAHTAR NOKTALAR**

Telif hakkı, yaratıcıları (yazarlar, sanatçılar, vb.) korumak ve entelektüel içeriğin bütünlüğünü güvence altına almak için vardır.

Kaynak 10B: INASP Kaynağı: Telif Hakkı Tahsis Formu

Öz: Örnek bir telif hakkı tahsis formu.

Telif hakkı sahibinden yayın izni (= hakkı) almak çok önemlidir. Dergilerde, telif hakkı sahibi genellikle yazar(lar) dır. Birçok yayıncı, yazarların yayıncıya veya dergi sahibine telif hakkı atamasını ister. Genellikle bu, yazarların bir atama formu imzalamasını gerektirir - sadece bir çevrimiçi anlaşma kutusunu işaretlememek ya da teslimiyete göre varsaymak değildir.

Yazar onayını en iyi şekilde kullanmak için, birçok yayıncı forma bir garanti ekler - yazarlar telif hakkı atadığı için, makalenin orijinal olduğu, intihal yapılmadığı, başka bir dergi tarafından değerlendirilmediği ve iftira niteliğinde veya başka türlü yasa dışı hiçbir şey içermediği.

Bazı dergiler, belirtilen her yazarın bu formu imzalamasını talep ederler. Bu iyi bir uygulama ama her zaman pratik değildir. Bu nedenle, diğer yazarlar ile temasa geçtikleri ve şartları kabul ettiklerini teyit ettikleri sürece, bir yazarın diğer yazarlar adına imzalamasını istemek makul olacaktır.

Avrupa Bilim Editörleri Birliği bazı yararlı kaynaklar sağlar. Yazarlar için EASE Etik Kontrol Listesi (www.ease.org.uk/wp-content/uploads/2015/12/EASEEthicsChecklist_2016.pdf) (ilgili yazar tarafından imzalanacak) bilimsel dergiler tarafından makale gönderimi sırasında veya sonrasında olası etik sorunları tespit etmek için kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Kontrol listesi, 20'den fazla dilde ücretsiz olarak temin edilebilen, Bilimsel Makalelerin Yazarları ve Çevirmenleri için EASE Rehberi'nin (www.ease.org.uk/publications/author-guidelines-authors-and-translators) bir parçasıdır. Yazarlar için EASE Formu ile desteklenebilir (www.ease.org.uk/wp-content/uploads/ease_form_0.pdf)

Aşağıda, herhangi bir derginin kullanabileceği örnek bir form bulunmaktadır. Form yeniden kullanıldığında INASP kredisine gerek yoktur. Bununla birlikte, INASP'ın bu formun kullanımından kaynaklanan herhangi bir yasal veya diğer eylemlerden sorumlu tutulamayacağını unutmayın: Formun kullanımı derginin kendi riskinde yapılır.



ANAHTAR NOKTALAR

- Yayınlama iznine sahip olduğunuzdan emin olun - yazarların bunu vermiş olduğunu varsaymayın
- Derginin ihtiyaçları ve yazarlara karşı saygı arasında dengeyi gözetin.

Telif hakkı atama formu

YAYINCI'nın Yazınizi / Bölümü'nü yayınlamasını sağlamak için, telif hakkı sahipliği oluşturulmalıdır. Lütfen aşağıdaki formu okuyun ve doldurun (Bölüm 1 artı Bölüm 2 veya 3) Lütfen bir kopyasını YAYINCI'ya gönderin ve kayıtlarınız için bir kopyasını saklayın.

1 Mutlaka doldurulacak

İsim:
 Adres:
 Dergi (veya Kitabın) başlığı:
 Makale (veya Bölümün) başlığı:

Yukarıdaki dergideki katkımın yayınlanması göz önünde bulundurulduğunda, bu vesile ile garanti ediyorum ki:

- Bu yazıda herhangi bir telif hakkı veya diğer üçüncü taraf hakları ihlal edilmemekte, müstehcen, iftira niteliğindeki veya başka bir şekilde hukuka aykırı herhangi bir materyalin içermemektedir. Söz konusu garantimin veya bu sözleşmede verdiğim diğer garantilerin ihlalden doğan Editör ve YAYINCININ tüm iddia ve masraflara karşı tazminat tutarını (yasal masraflar dahil) içermez.
- Telif hakkı sahibi olmadığım makalede yer alan herhangi bir resim, şema veya diğer materyaller için onay aldım ve alındığı kaynakları belirttim.
- Bu Makale / Bölümün tüm ortak yazarlarının bu sözleşmenin şartlarından haberdar olduklarını ve bu sözleşmenin şartları ile razı olduklarını ve sunulan yazının bu yazarlar tarafından onaylandı.

2 Telif hakkı devri

Bu vesileyle, dünyanın her yerinden, herhangi bir biçimde ve herhangi bir dilde (şu anda bilinen veya daha sonra geliştirilen tüm medya çeşitleri dahil olmak üzere) tüm telif hakkı süresi boyunca yukarıdaki YAZININ/BÖLÜMÜN telif hakkını tahsis ediyorum. YAYINCI, işbu Anlaşma kapsamındaki haklarını devredebilir. Yazar olarak benim manevi haklarıma ilişkin olarak aşağıda ayrıntıları verilen hakları saklıyorum.

İmza: Tarih:

(Tüm yazarların adına ilgili veya üst yazar tarafından imzalanması gerekir)

3 Telif hakkı Yayıncı'ya aktarılamaz ise doldurulacaktır

Telif hakkı sahibinin doğru bilgilerini sağlamak yazarın sorumluluğundadır.

Telif hakkı sahibinin adı ve adresi (yazar değilse) :

Telif hakkı sahibi, makaleyi, yukarıda isimlendirilmiş olan yayın içerisinde yayınlamak için YAYINCI'YA münhasır haklar verir.

İmza: Tarih:

4 Haklarınız

- Yazar (lar), makalenin ne zaman ve nerede yayınlandığı her yerde yazar olarak tanımlanma hakkı da dahil olmak üzere, makaledeki ahlaki haklarını korur. YAYINCI'NIN gerekli editör değişiklikleri yapmasına izin verilirken, yazar (lar) a danışmaksızın Makale / Bölüm'de önemli bir değişiklik yapılmayacaktır
- YAYINCI'ya telif hakkı atamalarında yazar (lar) başka yerde makalelerini kullanma haklarını kaybetmezler. Yazar (lar), derginin (veya kitabın) orijinal kaynak olarak kabul edilmesi şartıyla, YAYINCI TARAFINDAN onay alınmadan öğretim ve diğer ticari olmayan araştırma amaçları için kullanılabilir.
- Telif hakkınızı verirken, yazar (lar) telif hakkı (patent hakları gibi) dışındaki tüm mülkiyet haklarını ve Madde veya Bölümlerinde belirtilen herhangi bir işlem veya prosedürün haklarını elinde tutar.
- Makalenin (ya da şekillerin ve tabloların da dahil olduğu önemli bir kısmının) başka bir yayında yeniden basılması talepleri, yazarın onayına tabidir (onay istendikten sonraki 30 gün içinde herhangi bir cevap alınmazsa verilmiş kabul edilir).

5 Not

Yazılı ve / veya elektronik dergide yayınlamaya ek olarak, makale / bölüm elektronik ortamda saklanabilir ve daha sonra bireysel talepleri karşılamak için dijital biçimde basılabilir veya gönderilebilir. Bu formun tamamlanması, YAYINCI tarafından uygun görüleceği şekilde bu tür belge teslim hizmetlerinde ve elektronik dergi veritabanlarında makalenin / bölümün yer alması için düzenlemelerine ilişkin YAYINCI ile anlaşmayı ifade eder.

Kaynak 10C: Telif Hakkı Tahsisi Yerine Yayın Lisansı

Öz: Yayın lisansı için örnek bir form.

Telif hakkı sahibinden yayın izni (= hakkı) elde etmek çok önemlidir. Dergilerde telif hakkı sahibi genellikle yazar(lar)dır. Telif hakkı atama gerektirmenin yerine, artan sayıda dergi yazardan sadece yazının yayınlamaları için özel bir lisans vermesini isterler. Bunun pratik nedenlerinden biri, bazı yargı bölgelerinde resmi bir imzanın gerekmemesi ve çevrimiçi teslim sırasında bir kutucunun işaretlenmesiyle lisans verilmesi mümkündür.

Bir yayınlama lisans formu bazen, telif hakkı tahsisi formuna çok benzer görünmektedir, çünkü bunlar genellikle yazarlardan benzer garantiler içermektedir. Bazı formlarda ve çevrimiçi sistemlerde, garanti yayınlama lisans formundan ayrılır.

Örnek - BMJ telif hakkı bilgileri, Şubat 2017'de indirildi: www.bmj.com/about-bmj/resources-authors/forms-policies-and-checklists/copyright-open-access-and-permission-reuse

TELİF HAKKI, AÇIK ERİŞİM VE TEKRAR KULLANIM İZNI

2000 yılının Ocak ayından beri BMJ (British Medical Journal), dergi makalelerin yazarlarından telif haklarını bize vermelerini istemedi. Yazarlar (veya işverenleri) telif haklarını makalede saklarlar. Yazarlardan istediğimiz tek şey, BMJ'de (herhangi bir türev ürün de dahil olmak üzere) ve diğer BMJ ürünlerinde (öğrenci BMJ veya kıtalararası yayınlara) makaleyi yayınlamamıza izin veren ve bu hakların altını çizmemize ve tüm iştirak haklarından yararlanmamıza izin veren özel bir lisanstır.

Yazışmacı yazardan, tüm yazarların adına lisansımızı okuyup, aşağıdaki beyanı yazının sonuna ekleyerek bu özel lisansın (ya da devlet çalışanları için özel olmayan) tarafımıza verilmesini istiyoruz:

“Yazışmacı yazar, tüm yazarlar adına hibe etme hakkına sahiptir ve tüm yazarlar adına, yayıncılar ve onların lisanslarına tüm formlarda, formatlarda ve medyada çeşitlerinde (şimdi bilinen veya gelecekte oluşturulacak) makaleyi yayınlamak, çoğaltmak, dağıtmak, sergilemek ve saklamak, makaleyi diğer dillere çevirmek, uyarlamalar oluşturmak, yeniden baskılar oluşturmak, koleksiyonlara dahil etmek ve geniş özetler, çıkarımlar ve / veya özleri oluşturmak, makaleye dayalı başka herhangi bir türev çalışma(lar) oluşturmak, makalede bulunan tüm bağlı haklardan yararlanmak, makalede bulunan elektronik bağlantıların, bulunduğu yerde üçüncü taraf materyallere dahil edilmesi; ve herhangi bir üçüncü tarafın yukarıdakilerin herhangi birini veya tümünü yapmak için dünya çapında bir lisans verir.”

Bu lisans, yazarların bizden izin almaksızın kendi makalelerini ticari olmayan amaçlarla kullanmalarına izin verir. Sadece kullanım ticari ise, bunu bilmemiz gerekir. Ayrıca, yazarlara müzakere ettiğimiz belirli ticari kullanımlar için bir telif ücreti ödeyeceğiz.

Yazarlar için izinleri

Böylece yazarlar kendi yazılarını iznimizi istemeden aşağıdaki ticari olmayan amaçlar için kullanabilirler (ve sadece BMJ'deki ilk yayını kabul etmek ve uygun şekilde tam referans veya web bağlantısı vermekle yükümlüdürler).

- Kendi kişisel ya da kurumsal erişim için herhangi bir ücret talep edilmeyen web sitelerinde kendi makalelerinin bir pdf dosyasını yayınlamak
- Kişisel veya ticari olmayan profesyonel kullanım için makul sayıda kopya oluşturma. Buna yazarın kendi öğretim amaçları dahildir.
- Yazının bir bölümünü veya tamamını bir kitapta ya da yazar tarafından düzenlenen diğer bir yayında yeniden yayınlamak (aynı kitapta ya da yayında birden fazla katkı olması dışında izin alınması gerekenler)
- Bir üçüncü şahıs tarafından yayınlanan diğer yayınlarda bireysel rakamları veya tabloları veya metin özetlerini (250 kelimeye kadar) kullanma.
- Makaleyi kendi kurumunda bir kurs paketinde veya derlemede (kağıttan veya elektronik araç aracılığı ile) kullanma. Derleme veya eğitim programı için ticari bir ücret alınırsa bu geçerli değildir.

Kısım C

SUNUM KALİTESİ

Bu bölüm derginin çevrimiçi ve basılı olarak nasıl yayınlandığı üzerine odaklanır.

Bölüm 11. Web Sitesi Gereklilikleri

Derginizin web sitesi uluslararası standartları karşılıyor mu? Bu temel standartlar aşağıda sunulmuştur. Listeyi inceleyiniz ve eğer hâlihazırda açıkça aşağıdaki bilgileri veriyorsanız onaylayınız.

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Dergi Adı			
2. Son Sayı			
3. Sayı Arşivi			
4. Cilt ve sayı numaraları (eğer ayırım yapılmışsa)			
5. Çevrimiçi ISSN (eISSN)			
6. Yayın kurulu (isimler ve kurumlar)			
7. Yayıncı adı			
8. Yayıncı adresi			
9. Eğer varsa bağlı kuruluşun bilgileri			
10. İletişim detayları, editör ofisi – e-posta			
11. İletişim detayları, editör ofisi – fiziksel adres			
12. İletişim detayları, yayıncı – e-posta			
13. İletişim detayları, yayıncı, fiziksel adres			
14. Telif Hakkı İfadesi			
15. İzinler ve lisanslama sözleşmesi			
16. Dergi yayın politikası (yayın zamanlaması, üyelik ücreti – bk. Yayın politikaları bölümü, Bölüm 11).			

17. Dergi etik politikaları (bk. Politikalar bölümü, Bölüm 9).			
18. Derginin hedef ve kapsamı			
19. Yazarlar için yazı gönderim rehberi			
20. Çevrimiçi makale gönderimi			
21. HTML ve/veya PDF makaleler			
22. Bedava sağlanan içerikler tablosu ve özler			
23. Her bir makale sayfasında			
a. Makaleye atıf yapma bilgileri			
b. Yazar isimleri ve kurumları			
c. Yazar e-posta adreslerine bağlantılar			
d. Referans bağlantıları			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Belirtilen kaynaklara ek olarak, aşağıdaki web sayfaları ve kaynaklar bilgilendirici olabilir:

Campbell, R, Pentz, E, Borthwick, I (eds) (2012) Academic and Professional Publishing. Oxford: Chandos Publishing.

Cope, B and Phillips, A (eds) (2014) The Future of the Academic Journal, 2nd Edition. Elsevier.

Cox, J and Cox, L (2009) Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers. Learned Publishing 22, 75–77. doi:10.1087/095315108X378839 (Ocak 2017 erişildi).

Directory of Open Access Journals (DOAJ): www.doaj.org/ (erişim Ocak 2017).

DOAJ (2015) Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing. doaj.org/bestpractice (erişim Ocak 2017).

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.

NFAIS (2009) Best Practices for Publishing Journal Articles. www.nfais.org/best-practices (erişim Şubat 2017).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

Kaynak 11A: Çevrimiçi Geçişin Planlanması: Planlama kontrol listesi

Öz: Bu belgenin temel konusu dergi yöneticilerini çevrimiçi yayıncılık stratejilerini (ya da var olan stratejilerini gözden geçirmeleri) uygulamak için almaları gereken kararlar konusunda yön göstermektir. Genel olarak tüm dergilerin çevrimiçi görünür olacağı kabul edilir ve hem dergi hem de makaleleri arama motorları (Google ya da diğer arama motorları aracılığı ile) bulunabilir. Web sayfaları iki amaca hizmet eder: dergiyi tanıtır, insanları bilgilendirmek ve okuyucuya içeriği ulaştırmak. Bir dergiyi çevrimiçi olarak yayınladığınızda dikkatli bir şekilde plan yapmanız oldukça önemlidir.

Çevrimiçi planlama – örnek sorular

1. Çevrimiçi yayıncılık için gerekçeleriniz

- Çevrimiçi yayınlamanızın amaçları nelerdir (ör. derginin görünürlüğünü arttırmak)?
- Beklenen yararlar nelerdir (ör. okuyucu sayısını arttırmak)?
- Yapılması planlanan çevrimiçi yayın halihazırda (ve gelecekte) basılı yayın ile nasıl ilişkilendirilecek (ör. basılı yayın yapmayı tamamen durduracak mısınız)?
- Çevrimiçi geçiş için diğer “iş” ve gelişim ile ilgili motivasyonlarınız var mı (ör. reklam gelirlerini arttırmak, abonelik sayısını arttırmak)?

2. Risk Yönetimi

- Çevrimiçi yayıncılığın riskleri nelerdir- iş, itibar, kaynaklar ve diğer faktörler açısından?

3. İçerik

- Hangi dergi içeriklerini çevrimiçi olarak vermeyi öngörüyorsunuz (ve eğer bölümlenmiş bir yaklaşım planladıysanız, her bir bölümde hangi içerik):
 - Arşiv materyali - geriye dönük dijitalleşme?
 - Tüm makaleler ya da sadece dergi bilgileri?
 - Tam metin makaleler ya da sadece özetler?
 - Destekleyici içerik (ör. Ekler)

4. Çevrimiçi yayıncılık modeli

- Çevrimiçi sitenizi nasıl kullanmayı tasarlıyorsunuz:
 - Yayınlanmış sayıları yayınladıktan sonra yüklemek?
 - Makaleleri hazır olur olmaz yüklemek ve sonra sayılar halinde bir araya getirmek (önceden yayıncılık)
 - Makale makale yayınlamak ve sayılar halinde derlemek?
 - Çevrimiçi sitenizi makale başvuruları için kullanmak?

5. Kullanıcı işlevselliği

- Kullanıcılarınıza ne tür bir fonksiyonellik sunmayı istiyorsunuz – ör.:
 - Yayına atf yapan makalelere bağlantılar?
 - İlişkili makaleler bağlantıları?
 - Anlam ile ilgili etiketleme?
 - Kişiselleştirilmiş arama?
 - Tablo ya da içerikler ya da arama bildirimleri

6. Erişim

- Siteye açık (ya da bedava) erişim mi olacak?
- Eğer kapalı (sadece üyelik ile) erişim ise hangi bölümleri erişime açık olacak?
- Eğer kapalı ise hangi ücretlendirme modelini kullanacaksınız – ör.:
- Lisanslama sözleşmeleri, tekli satış, görüntüleme başı ücret talebi vb.?

7. Lisans kullanımı

- Kullanıcıların çevrimiçi içerikle neler yapmalarına izin vereceksiniz, hangi lisansı çevrimiçi kullanacaksınız? (ör. Creative Commons Lisansı).

8. E-ticaret

- Web sitenize herhangi bir e-ticaret uygulaması eklemeyi planlıyor musunuz?

9. Teknoloji ve İşbirliği

- Servis sağlayıcı/yayıncılık için bir işbirlikçi kullanmayı planlıyor musunuz ya da web sitesini siz kendiniz mi geliştirip yöneteceksiniz?
- Eğer siteyi kendiniz yönetmeyi planlıyorsanız, çevrimiçi dergiyi yönetebilmek için hangi teknolojilere ihtiyacınız var?
- Siteyi yönetebilmek için hangi kaynaklara ihtiyacınız var?

10. Yatırım

- Ne yatırım (özveri) gerekiyor – insan kaynakları ve finans?
- Gerekli becerilere hâlihazırda sahip misiniz?

11. İşlevsel sorunlar:

- İş akışında hangi değişiklikler gerekiyor? (ör. dosya hazırlama – XML/HTML/PDF/Diğer formatların oluşturulması)
- Dış kaynak seçenekleri – sağlayıcılarda değişiklik ihtiyacı duyuyor musunuz?
- Yeni iş gereklilikleri var mı? - ör. yeni içerik çeşitlerinin toplanması ya da reklam boşluklarının satılması?

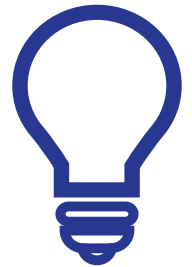
12. Bütçe ve fonlama

- Doğrudan maliyet bütçesi ne olacak?
- Gizli (genel giderler) maliyetlerinin sonuçları neler olacak?
- Tüm bunlar nasıl fonlanacak?

Çevrimiçi yayıncılık planlama önerisi

13. Planınız şunları içermelidir:

- Çevrimiçi yayınlamanızın gerekçesi
- Kullanılacak yayınlama modeliniz
- Kullanılacak metotlar (akış, kaynak sağlayıcılar vb.)
- Gerekli bütçe
- Diğer gerekli kaynaklar
- Uygulama için zaman planı



ANAHTAR NOKTALAR

Çevrimiçi yayıncılık göreceli basittir fakat önceden bazı planların yapılması başarılı (sürdürülebilir) bir çevrimiçi yayın için değer.

Kaynak 11B: Çevrimiçi Yayıncılık – Farklı Servis Sağlayıcı Fırsatları

Öz: Şimdilerde dergilerin çevrimiçi yayınlanması için bir çok farklı çevrimiçi yayıncılık/servis sağlayıcı seçeneği mevcuttur ve farklı seçeneklerin farklılıklarının, yararlarının ve dezavantajlarının bilinmesi karmaşık olabilir. Bu doküman dergilerin kullanımına açık olan farklı tiplerdeki çevrimiçi yayıncılık seçenekleri hakkındaki önemli noktaları içermektedir.

Dergiler ve makaleleri farklı yerlerde görülebilir – ör.:

1. Bağımsız dergi web siteleri– ör.:

www.jiasociety.org/index.php/jias

2. Kurumsal (temel) web siteleri – ör.:

law.ubalt.edu/academics/publications/landdevelopment

3. Büyük yayıncı/işbirlikçi siteleri – ör.:

[cevrimiçilibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1741-4857](http://cevrimiçilibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1741-4857)

4. Paylaşılan çevrimiçi servis sağlayıcı siteleri – ör.:

www.ingentaconnect.com/content/intellect/jac

5. Paylaşılan satış siteleri –ör.:

muse.jhu.edu/journal/98

6. Veri havuzları – ör.:

ir-library.ku.ac.ke/handle/123456789/15215

Veri havuzlarında ve bazı paylaşılan satış sitelerinde dergi (yayın kurulları bilgisinin eklenmesi için v.b.) için ayrılmış bir bölüm olmayabileceğini lütfen not edin, fakat makale koleksiyonlarının bir parçası olarak makaleler bireysel olarak eklenebilir.

Ayrıca bazen dergilerin hem kendi sitelerinde hem de paylaşılan satış sitelerinde ve veri havuzlarında da görülebileceğini not ediniz.

Bağımsız dergi siteleri ve kurumsal (temel) web siteleri

Yararları

- Tam kontrol ve tasarım ve markalaşmanın sahipliği
- Gerek duyulduğunda işlevsellik eklenebilmesi –ör. çevrimiçi editöryal yönetimin eklenmesi
- Web sitesinin kapsamlılığına bağlı olarak detaylı kullanım istatistiklerinin toplanabiliyor olması
- Dergi ihtiyaçlarına (ör. makale gönderimi ve yayınlama yazılımı vb.) yönelik olarak yazılım seçilebiliyor olması.

Dezavantajları

- Bakım onarım eksikliklerinden dolayı sıklıkla sorunlar oluşur.
- Büyük organizasyonel bir web sitesi içerisinde kaybolabilir ve görünürlük ile ilgili sıkıntılar yaşayabilir
- Personel değişiklikleri sitenin bakımı ve güncellenmesi konusunda beceri kaybına neden olabilir.
- Çevrimiçi yayıncılık standartları, diğer çevrimiçi yayıncılık gelişmeleri ile bağlantılar vb. hakkında bilgi eksikliği
- İşe yarayabilecek kullanıcı istatistiklerinin toplanamayabilir olması
- Eğer site zor bulunuyorsa, iyi endekslenmiyorsa ya da kurumsal sitenin içerisine gizlenmişse, derginin uygun olan görünürlüğü sağlanamayabilir.

Maliyetler

- Bedava olabilir, fakat yüksek personel giderleri gerekebilir

Yeterlilikler

- Çevrimiçi yayıncılık bilgisine ek olarak web servis sağlayıcı ve dosya hazırlama becerileri gerekebilir

Uyarılar

- Derginin web sitesi, derginin güvenilir servis sağlayıcı sürecini sürdürecektir – URL değişimleri olmadan ve 24/7 güvenilirlik ile - biçimde yeterli düzeyde kalıcı olmalıdır.
- Sitenin güncel olduğundan emin olabilmek için çevrimiçi yayıncılıkla ilgili (ve genel olarak web ile ilgili) gelişmeler konusunda sürekli takip önemlidir.
- Derginin diğer servisler – örneğin web sitesinin iyi dizinlenmiş olması ve farklı arama motorlarına kayıtlı olması için yeterince görünür olduğundan emin olmak oldukça önemlidir.
- Dergi çevrimiçi yayının yeterli şekilde yedeklendiğinden emin olmak zorundadır ki bir olayda organizasyonun web sitesi çöktüğünde ya da sunucu çalındığında vb. dosyalar kaybedilmemelidir.
- Genel web sitesi geliştiricilerine dergiye özgü bazı gereksinimlerin (ör. XML, DOI numaraları vb.) açıklanabilmesi oldukça zor olabilir. Bu nedenle ekibi (kurumsal personel kullanımı ya da dışarıdan web sitesi geliştiricileri) seçerken dikkatli olun.

Bu yolun kullanım süreci

- Gelişim, iş yükü vb. konusunda iç birimler ile anlaşın
- Açık kaynak, açık dergi sistemleri (pkp.sfu.ca/ojs) gibi yayıncılık yönetim yazılımı kullanmayı göz önünde bulundurun.
- Erişilebilir kaynakları gözden geçirin, yazılımı indirin ve sunucunuza kurun.
- Siteyi geliştirin, tasarlayın ve yapılandırın (site için özellik geliştirilmesinin büyük bir iş olduğunu ve hafife alınmaması gerektiğini not edin).
- Gerekli e-dosyaların formatı konusunda karar verin ve önceden belirlenmiş bir zaman planı ile e-dosyaların hazırlanması için bir sistem oluşturun.
- Web sitesi bakımı, aktivasyonu vb. konularda ilgili birimin söz verdiği şekilde süreci yürüttüğünden emin olun.
- Karar verilen zaman aralığında derginin siteye yüklenmesinin kontrolü için bir süreç belirleyin ve yazarların materyalleri çevrimiçi yüklerken hiçbir hata olmadığından emin olun.
- Okuyucuların, yazarların, kütüphanecilerin vb. çevrimiçi yayının farkında olmalarını sağlamak ve siteyi ziyaret ettiklerinden emin olmak için çevrimiçi derginin tanıtımını yapın.

Büyük yayıncı/işbirlikçi çevrimiçi siteler

Bunlar nelerdir?

- Ticari yayıncılar örneğin Taylor & Francis, derginizin kendi web sitelerinde yayınlanması konusunda bir anlaşmaya taraf olmaya yatkınlık gösterebilirler.
- Bir yayıncılık işbirliği (ya da “sözleşmeli yayıncılık”) genelde derginin servis sağlayıcısından çok daha fazlasını önerir. Normalde çevrimiçi makale gönderim yazılımının hükümlerini, pazara erişimi ve (derginin görünürlüğü ve potansiyel gelişiminden emin olmak için) yayıncının araştırma departmanını, derginin iyi yayıncılık ve editöryal standartları sağladığından emin olmak için desteği, yayıncılık sorunları ile ilgili düzenli güncellemelere, bazen editörler için (çevrimiçi ya da yüz yüze) eğitimlere, dizgi için üretim desteğine ve yazı işlerinin yönetilmesine, ve anlaşılan diğer servisleri de içerebilir.
 - Yayıncıların sunacağı farklı servisleri ve işbirliği seçeneklerini de not ediniz: bazen sözleşme aşağıda tanımlanan paylaşılan servis sağlayıcı seçenekleri ile sınırlı olabilir.
- İşbirliği sözleşmesi dergi sahipliğini de etkileyebilir ve dergi (a) dergi sahipliğini kendisinde bırakır ve yayıncıyı sözleşmeli yayıncı olarak tutabilir, ya da (b) yayıncının derginin kısmi sahipliği için bir işbirliğini onaylayabilir, ya da (c) derginin tüm sahiplik haklarını yayıncıya verir (fakat üyeliğini ve editöryal kontrolü elinde tutar).

Yararları

- Profesyonel dergi yayıncıları dergilerin başarılı olduklarından emin olmak konusunda oldukça yeteneklidirler. Hem akademik kurumlarla yakın ilişkileri aracılığı ile yayınların yüksek görünürlüğünü hem de (eğer ticari olarak işletiliyorsa) daha küçük, daha az ticari yayıncılardan daha iyi satış geliri elde ederler.
- Derginin görünürlüğünü arttırmak konusunda oldukça değerli tavsiyelerde bulunurlar ve halihazırda kullandıkları etkili pazarlama işlevlerine sahiptirler.
- Genelde dizgi, baskı vb. için küçük yayıncılara göre daha uygun fiyatlar alırlar ve derginin üretim maliyetini düşürebilirler.
- Halihazırda derginin kullanabileceği – örneğin makale gönderim sistemleri ve intihal kontrol araçları- sistemleri vardır.

Dezavantajları

- Bir ticari yayıncı sadece eğer derginizden para kazanabileceksa ya da derginin yayıncının var olan portfolyosundaki eksiklikleri tamamlayacaksa işbirliğini kabul edecektir. Yayıncılar ilgi alanları dışında kaldığını hissettikleri dergilere ilgi duymazlar.
- Sözleşme sizin yararınıza olmayabilir ve dikkatlice görüşülmelidir. Deyimi hatırlayınız (Bedava yemek diye bir şey yoktur. Her şey karşılıklıdır).
- Sözleşmeye bağlı olarak marka ve diğer yayıncılık detayları üzerindeki kontrolünüzü kaybedebilirsiniz.
- Sözleşme çok sınırlayıcı olabilir (örneğin içeriğinizi başka herhangi bir siteye yüklemenize izin vermeyebilir) ve siz bütün dönem için (genellikle 5 yıl) yayıncıya sözleşme ile bağlı olursunuz.

Maliyetler

- Eğer yayıncı dergiden gelir elde edebileceğini hissederse, size hiç ya da çok az bir maliyet çıkacaktır. Fakat günümüz finansal şartlarında oldukça düşük bir olasılıktır ve sizin yayıncının sağladığı hizmetler için ödeme yapmanız beklenir.
- Sözleşmeli yayıncılık pahalı olabilir - genelde anlaşma derginin yıllık aidat ödemesi ve herhangi bir gelirden kar paylaşımıdır.
 - Eğer sözleşme kısmi sahiplik ise finansal şartlar daha çok sizin yararınıza olabilir. Fakat yayıncının kısmi sahipliği sizin dergi üzerindeki kararlarınızda sınırlayıcı olabilir ve sizi derginizi başka bir yayıncıya taşımanız konusunda engelleyebilir ki bu tür bir sözleşme sizi mutlu etmez.
 - Eğer sahipliği tamamen yayıncıya verdiyseniz (fakat belki de editöryal yönetimi kendinize bıraktınız) size küçük bir onurlandırma ücreti öder ya da kar paylaşımı yapar ve yayın için sizden ücret istemeyebilir. Fakat derginin sahipliğini kaybedeceğinizin farkında olmalısınız.

Yeterlilikler

- Çevrimiçi yayıncılık ile ilgili gereken yeterlilikler dergiden beklenmez.
- Diğer gerekli yeterlilikler sözleşmeye ve yayıncının sağladığı diğer servislere bağlıdır.

Uyarılar

- Bu sözleşmeler genellikle en az 3 yıl içindir (ve şimdilerde bir yıllık ön bilgilendirme gerekliliği ile 5 yıllık dönem için yapılması daha yaygındır). Bu bir yıllık süre yayıncıya önceki yatırımını geri alabilmesi için yeterli zamanı sağlama içindir.
- Yayıncılar (yatırımlarını korumak için) genellikle dergiyi yayınlama konusunda kapsamlı bir sözleşmeyi gerekli kılarlar. Bu kapsamlı sözleşmenin sonuçları konusunda dikkatlice düşünmelisiniz.
- İçeriğinin sahipliğini kontrol edin. Eğer sözleşme fesih edilirse içeriğinin tamamını geri alma ve başka yere taşıma konusunda emin olmak istersiniz.

Bu yolun kullanım süreci

- Web aramaları, iş arkadaşlarına sorma ve uygun görünen yayıncılara sorgulayıcı e-postalar göndererek uygun yayıncıyı belirlemelisiniz. Eğer yayıncı kendisi için yetersiz fayda olacağını hissederse yayıncının talebinizi ret edebileceği konusunda hazırlıklı olmalısınız.
 - Alternatif olarak bir yayıncı derginize yaklaşabilir.
- Yayıncıya sunmanız gereken bilgiler aşağıdakileri içermelidir:
 - Dergi hakkında (amaç ve kapsam, kısa tarihçe, indeksleme) ve sahibi
 - Baskı akışı ve yayıncılık istatistikleri (yayınlanan makale sayısı, ret oranı, ne tür makaleler vb.)
 - Maliyet – üyelik gelirleri ya da yazarlardan alınan ödemeler
 - Yayın bilgisi (dağıtılan basılı kopya sayısı, çevrimiçi kullanım, tanıtım aktiviteleri, reklam)
 - Yayıncıya başvuru gerekçeniz – yayıncıdan beklentileriniz neler?
- Sözleşmenin zamanı önemlidir: geleneksel olarak her yıl haziran temmuz aylarında yayıncılar kütüphanecileri bir sonraki yılın ücretleri ve yayın listesi hakkında bilgilendirirler. Bu nedenle sözleşme bu tarihlere yetiştirilmelidir.
 - Ve yayıncıdan teklif sunmasını istemenin ve bunun üzerinde pazarlık yapma sürecinin zaman alacağını not ediniz. İlk tekliften sözleşmeye kadar birkaç ay zaman vermelisiniz.
- Sözleşmeli anlaşmanın yapılması
 - Yayıncının sağlayacağı servislerle, tarafların rolü ve sorumlulukları konusunda anlaşın.
- Satış raporlarının ve finansal ödemelerin söz verildiği şekilde derginize ulaştığından emin olmak için süreci takip ediniz.

Paylaşılan çevrimiçi servis sağlayıcı siteleri

Bunlar nelerdir?

- Bir servisi birden fazla dergiye sağlamak konusunda uzmanlaşmış şirketler ve diğer organizasyonlardır. Dergiler tarafından sağlanan dosyaları alırlar ve bunları kendi özelleştirilmiş web sitelerinde diğer dergilerle birlikte yayınlarlar.
- Tüm teknik hizmetler, servis hizmetleri ve bakım sorunlarıyla ilgilenirler. Örneklerden bazıları şunlardır:
 - Ticari şirketler: Ingenta (www.ingentaconnect.com)
 - Ticari olmayan organizasyonlar: INASP JOLs (Journal Çevrimiçi) çalışmaları, ör. NepJOL (www.nepjol.info Nepal’de yayınlanan dergiler için)
- Bazı yayıncıların da bu sitelerle birebir aynı uygulamaları size sunabileceğini not ediniz – yukarıdaki bölümü inceleyiniz.

Yararları

- Yüksek teknik yeterlilik, yayıncılık standartları ile ilgili güncellik, yüksek düzey bakım.
- Ek servisler sağlayabilirler (ör. dosya formatı dönüştürme).
- Genelde sınırlı olmasına rağmen, çevrimiçi yayıncılık gelişmeleri ile ilgili olarak tavsiyelerde bulunabilirler.
- Dergi ile anlaşarak, dosyaları harici indekslere gönderebilirler ve derginin iş yükünü ve maliyetini düşürebilirler.
- Genellikle detaylı kullanım istatistikleri ve geri bildirim sağlarlar.
- Ticari şirketler sıklıkla üyelik yönetimi konusunda destek ve eğer dergi gerekli görürse erişimin sadece üyelere açık olduğundan emin olmanızı sağlarlar

Dezavantajları

- Tasarım ve markalaşma (sadece birkaç yayıncı – örneğin HighWare – sizin derginize özel web alanı sunabilir fakat bu markalaşma süreci ek ücret ödemenizi gerektirir) süreci üzerindeki kontrolünüzün azalması.
- Servis sağlayıcı, hizmetleri kendi önceliklerini yerine getirmek için geliştirebilir ve bu öncelikler derginin öncelikleri ile aynı olmayabilir. Örneğin derginin istediği bazı işlevsellikleri sağlamayabilirler.
- Genellikle makale gönderim yazılımı ve destek sağlamazlar. Sonuç olarak dergi bu ihtiyaçlarını ayrı yönetmek durumunda kalır.

Maliyet

- Bu tür ticari siteler çevrimiçi yayıncılık için daha az maliyetli yollar sunarlar. Bazıları finansal olarak desteklenir ve katılan dergiler için bedava olabilir.

Yeterlilikler

- Çevrimiçi yayıncılık yeterlilikleri ile ilgili olarak bir gereklilik yoktur.
- Çevrimiçi hizmet sağlayıcılığı hariç, derginin tüm yayıncılık fonksiyonlarını yerine getirdiğinizden emin olmak için biraz yayıncılık bilgisi gerekebilir.

Uyarılar

- Ticari servis sağlayıcılar, anlaşılan bir süre için – genelde 1 yıl veya daha uzun-sözleşme yapılmasını gerekli kılar ve başka bir servis sağlayıcıya geçiş problemlili olabilir.
- Sıklıkla sözleşmeler altı aylık bildirim gerektirir. Eğer başka bir servis sağlayıcıya geçmeyi düşünüyorsanız bunu hesaba katmalısınız.
- Sözleşmenin tam yetki vermediğinden emin olmalısınız. Eğer fırsat çıkarsa derginin başka bir yerde çevrimiçi yayınlanma fırsatı olmalı.
- Servis sağlayıcı, dergi tarafından sağlanan dosyaları düzenlediğinde ve yayına hazır hale getirdiğinde dosyalar üzerinde sahiplik hakkı elde edebilir – dergi, servis sağlayıcının dosyaları sadece kullanım hakkı olduğundan (örneğin başka bir organizasyonun dosyaları kendi sitesinde yeniden kullanılmasına izin vermesi) emin olmalıdır.
- Dergi ile ve servis sağlayıcı ile arşivleme sorumluluğunu ve eğer dosyalar kaybolursa derginin zararının nasıl telafi edileceğini sorgulayın.
- Şirketin ya da kurumun biliniyor, güvenilir ve sürdürülebilir olduğundan emin olmak için kapsamlı bir şekilde araştırdığınızdan emin olun.

Bu yolun kullanım süreci

- Web aramaları, meslektaşlar ile görüşmeler ve uygun görünen sitelere sorgulayıcı e-postalar göndererek uygun servis sağlayıcı siteleri belirleyiniz.
- Uygun servis sağlayıcı site belirlendiğinde ücretin belirlenmesi, gereklilikler vb. konularında görüşmelere başlayın.
- Servis sağlayıcıya göndermeniz gereken bilgiler aşağıdakileri içermelidir:
 - Yayın istatistikleri (yayınlanan makale sayısı, makaleler sayılar halinde gruplandı mı yoksa tek tek makaleler şeklinde mi vb.)
 - Yayın modeli - açık erişim ya da üyelik sınırlaması (ve eğer üyelik sınırlaması ise kaç üyeniz var ve hali hazırda erişim yönetimini nasıl sağlıyorsunuz?)
 - Dosyalar hangi formatta sağlanacak (XML, PDF vb.)
 - Çevrimiçi tanıtım (eğer servis sağlayıcının bunu derlemesini isterseniz)
 - Servis sağlayıcıyla iletişim kurma nedeniniz – onlardan beklentileriniz neler.

- Sözleşmeli anlaşmayı yapınız.
- Gerekli e-dosyaların formatı konusunda fikir birliğine varın ve e-dosyaların sağlanması konusunda zaman planına bağlı kalacak şekilde bir sistem oluşturunuz.
- Eğer dergi sadece üyelere açıksa servis sağlayıcıya onların istediği formatta üye listesini verin. Tüm üyelerin dergiye erişimlerinden emin olmak için bu listenin düzenli bir biçimde güncellenmesi konusunda bir metot geliştiriniz.
- Çevrimiçi olduğunuzda, dergi var olan ve potansiyel yeni üyeler için erişilebilirlik tanıtımı yapınız.
- Servis sağlayıcı ile anlaşılan zaman dilimi içerisinde derginin siteye yüklendiğini ve servis sağlayıcı materyalleri çevrimiçi yüklediğinde hiçbir hata olmadığını kontrol etmek için bir süreç belirleyiniz.
- Ticari servis sağlayıcının sözleşme ile sağlanması beklenen servisleri belirtilen zaman diliminde yerine getirdiğinden emin olmak için dergi çevrimiçi dergi üzerinde denetimini sürdürmelidir.
- Satış raporları ve finansal ödemelerin söz verildiği biçimde dergiye yapıldığından emin olmak için bu süreçleri takip ediniz.

Birleştirilmiş (paket) koleksiyon satış siteleri

Bunlar nelerdir?

- Birden fazla dergiyi grup olarak satabilmek için bir sitede toplayan şirketlerdir.
- Örneklerden bazıları Sabinet (www.sabinet.co.za), MUSE Projesi (www.muse.jhu.edu) dir.

Yararları

- Bu tarz yayıncılık dergiye bazı garanti gelir getirebilir.
- Bunlar genelde teknik olarak rekabetçidir ve satış sorumluluğunu eline alırlar. Dergilerin paket içerisinde tanıtılmasına yardımcı olurlar.
- Satış raporları ve kullanım bilgisi sağlarlar.
- Yeterli düzeyde arşivlemeyi garanti ederler böylelikle satılabilir ürünlerini kaybetmezler.

Dezavantajları

- Site aracılığı ile yapılan satışlar üzerinde ve markalaşmada kontrolünüzün azalması
- Satış modelleri dergileri paket halinde satın alan müşteriler dışında kalan okurlar için pakete dahil olan dergilerin görünür olmaları konusunda oldukça “kapalı” olabilir.
- Bazıları açık erişim dergileri koleksiyonlarına ekleme konusunda hevesli olurken bu tür siteler genelde açık erişim dergiler için uygun değildir.

Maliyet

- Koleksiyonlarına dahil olmak için genelde ücret almazlar.
- Servis sağlama ve satış hizmeti karşılığı olarak satış gelirinin belirli bir yüzdesini kendilerine alırlar.

Yeterlilikler

- Dergiden herhangi bir çevrimiçi yayıncılık yeterliliği beklenmez
- Biraz dosya hazırlama becerisi gerekebilir. Genelde basitçe her bir makale için PDF dosyası isterler (fakat kontrol etmek zorundasınız çünkü bazıları XML isteyebilir).

Uyarılar

- Bazen kapsamlı bir sözleşme isteyebilirler – ör. dergi diğer servisler aracılığı ile çevrimiçi yayınlamaz ya da satış yapamaz - bu çok sınırlayıcı bir uygulamadır ve dergiler bunu kabul etmemelidirler.
- Satış sitesi ve dergi tarafından sağlanan dosyalar çevrimiçi yayın için hazırladığında yayıncının bu dosyalar üzerinde sahiplik hakkı olacaktır. Eğer mümkünse, dergiler bu dosyaların kullanımı konusunda bazı haklara sahip olmak için yayıncı ile görüşmelidir. (Ör. başka bir organizasyonun dosyaları kendi sitesinde yeniden kullanılabilmesine izin verilmesi).
- Servis sağlayıcı ile anlaşılan süre içerisinde derginin siteye yüklendiğini ve materyalleri çevrimiçi yüklediklerinde herhangi bir hata olmadığını kontrol etmek için bir süreç belirleyiniz.
- Dergi böyle bir servise dayanarak çevrimiçi yayıncılık, satış ve (başka yerlerde) görünürlük fırsatlarını kaçırabilir. Bu çevrimiçi servis sağlayıcı çeşidinin çevrimiçi yayıncılığın bir metodu olarak değerlendirilmesi önerilir.

Bu yolun kullanım süreci

- Web aramaları, meslektaşlar ile görüşmeler ve uygun görünen sitelere sorgulayıcı e-postalar göndererek uygun satıcı siteleri belirleyiniz.
- Uygun satış sitesi belirlendikten sonra, derginizi kabul etmeleri için gerekli görüşmelere başlayın (sadece derginizin koleksiyonlarına bir değer katacağını hissettiklerinde ve satış potansiyeli olduğunda derginizi kabul edeceklerdir).
- Satış sitesine sağlamanız gereken bilgiler aşağıdakileri içermelidir:
 - Yayın istatistikleri (yayınlanan makale sayısı, makaleler sayılar halinde gruplandı mı yoksa tek tek makaleler şeklinde mi vb.)
 - Yayın modeli - açık erişim ya da üyelik sınırlaması (ve eğer üyelik sınırlaması ise kaç üyeniz var ve hali hazırda erişim yönetimini nasıl sağlıyorsunuz?)
 - Dosyalar hangi formatta sağlanacak (XML, PDF vb.)
 - Satış sitesi ile iletişim kurma gerekçeniz – onlardan beklentileriniz neler.
- Sözleşmeli anlaşmayı yapınız.
- Gerekli e-dosyaların formatı konusunda fikir birliğine varınız ve e-dosyaların sağlanması konusunda zaman planına bağlı kalacak şekilde bir sistem oluşturunuz.
- Servis sağlayıcı ile anlaşılan zaman dilimi içerisinde derginin siteye yüklendiğini ve servis sağlayıcı materyalleri çevrimiçi yüklediğinde hiçbir hata olmadığını kontrol etmek için bir süreç belirleyiniz.
- Satış raporları ve finansal ödemelerin söz verildiği biçimde dergiye yapıldığından emin olmak için bu süreçleri takip ediniz.

Veri havuzları – kurumsal ya da konu temelli

Bunlar nelerdir?

- Veri havuzları makale özetlerini ya da (genellikle) tam metinleri içeren çevrimiçi sitelerdir.
- Veri havuzlarının farklı türleri vardır:
 - Ticari veri tabanları olabilirler (araştırmacılara/kütüphanecilere satılan, ör. EMBASE www.elsevier.com/solutions/embase-biomedical-research) ya da bedava (ör. RePEc, repec.org).
 - Bir üniversite tarafından işletilebilirler (ör. Kenyatta Üniversitesi veri havuzu) ya da bağımsız bir kuruluş (ör. Amerikan Ulusal Sağlık enstitüleri, PubMed Central).
 - Sıklıkla karışık içerikler barındırırlar - dergi makaleleri, kitap bölümleri, yüksek lisans ve doktora tezleri vb. (ör. arXiv.org çalışma belgelerini ve gönderim öncesi makaleleri (bir dergiye gönderilme den önce) içermektedir).
 - Tüm araştırmacılardan gelen içeriklere açık olabilirler (ör. dahil etmeye karar verdikleri dergilerden içerikler barındıran PubMed Central) ya da sadece temel (bağlı bulunduğu) kurumdan akademisyenlerden gelenlere açık olanlar (ör. üniversite veri havuzları).
 - Dergiler içeriklerinin veri havuzlarına kabul edilmeleri konusunda çok az kontrol sahibi (ör. birçok üniversite akademisyenlerinin gönderdikleri makalelerini üniversitenin veri havuzuna da göndermelerini gerekli kılar), ya da mutlak kontrol sahibidirler (veri havuzuna eklenmesi için PubMed Central'de olduğu gibi dergi gönderir).

- Üniversiteye bağlı olmayan veri havuzlarının genellikle kalite kriterleri vardır – ör. dahil edecekleri dergiler/makaleler için çok sıkı editöryal kalite standartları vardır (CAB Abstracts için olanlara bk.: www.cabi.org/uploads/CABI/publishing/fulltext-products/Journal%20Selection.pdf).

Yararları

- Üniversiteye bağlı olmayan veri havuzları yüksek görünürlük ve güvenilirlik sağlarlar çünkü bu veri tabanlarına kabul katılımcı dergiler için yüksek düzey kalite kontrolü anlamına gelir.

Dezavantajları

- Dergilere herhangi bir satış geliri getirmezler (ticari paketler halinde satılmış olsalar bile).
- Dergiler için kullanım istatistikleri sağlamazlar.
- Siteler sadece makaleleri içerdiklerinden dolayı dergi ana sayfası yoktur – yayın kurulu, yazar rehberi vb. içermezler.

Maliyet

- Dergileri dahil etmek için ücret almazlar.
- (Derginizi dahil etmek için ücret isteyen siteler konusunda dikkatli olun).

Yeterlilikler

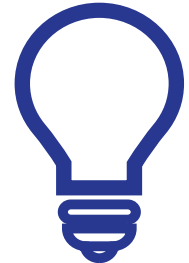
- Çevrimiçi yayıncılık ile ilgili gereken yeterlilikler dergiden beklenmez.
- Bu tür servislerin bir çoğu şimdilerde oldukça sıkı biçimlendirme kurallarına sahiptir. Ör. PubMed Central her bir makale için tam metin XML dosyasını gerekli kılar. Fakat bazıları sadece PDF formatındaki makaleleri kabul ederler.

Uyarılar

- Bu tür veri havuzlarına dahil edilmek “gerçek” çevrimiçi yayıncılık olarak değerlendirilmemelidir- dergiler bu tür bir servise dayanarak başka bir yerde çevrimiçi yayıncılık, satış ve görünürlük ile ilgili fırsatları kaçırabilirler.
- Bu veri tabanlarından biri tarafından kabul edilmek uzun zaman alabilir ve eğer içeriğin değiştiğini (düşük kalite ya da değişmiş konu kapsamı) düşünürlerse kabulünüzü iptal edebilirler.
- Bir çok veri tabanı dergileri sadece e-dosyaları doğru formatta sağladıklarında kabul ederler – ve gereklilikler oldukça talepkâr olabilir.

Bu yolun kullanım süreci

- Web aramaları, meslektaşlar ile görüşmeler ve uygun görünen sitelere sorgulayıcı e-postalar göndererek uygun veri havuzlarını belirleyiniz.
- Uygun veri havuzu belirlendikten sonra, derginizi kabul etmeleri için gerekli görüşmelere başlayın (sadece derginizin koleksiyon kabul kriterlerini sağladığını hissettiklerinde derginizi kabul edeceklerdir). Alternatif olarak da derginize yaklaşabilirler.
- Gerekli e-dosyaların formatı konusunda fikir birliğine varınız ve e-dosyaların sağlanması konusunda zaman planına bağlı kalacak şekilde bir sistem oluşturunuz.
- Sözleşmeli anlaşmanın yapılması
- Eğer gerekirse e-dosyalar ile birlikte derginin basılı kopyalarını da sağlamak için gerekli düzenlemeleri yapınız.
- Çok nadir olarak geri dönüş vardır - içeriğin yüklenmesinde işin kalitesinden emin olmak için veri tabanına erişim de dahil olmak üzere



ANAHTAR NOKTALAR

Çevrimiçi “yayıncılık” için birden fazla seçenek vardır – ve bazen birden çok alan iyi bir fikir olabilir - fakat becerilerinizi ve kaynaklarınızı iyi kullandığınızdan emin olmak için farklı seçeneklerdeki iş yükünün ve maliyetin farkında olmalısınız.

Kaynak 11C: Dergi Web Siteleri – Esas Unsurlar

Öz: Bu belge – hangi sunucuda tutulduğuna bakılmaksızın - bir dergi web sitesinde görünmesi gereken çeşitli bilgiler için bir kontrol listesi sunar. Bazen bir dergi sitesinin en çok göz önünde bulunan bölümlerinin unutulması oldukça kolaydır ve aşağıda belirtilen kontrol listesi derginizin web sitesinde görünmesi gereken tüm unsurları maddeler halinde sunar.

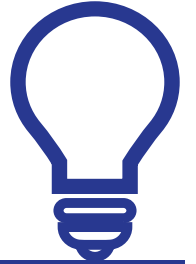
Genel dergi bilgileri

- Dergi ismi (ve eğer derginin önceki ismi varsa, bu da web sayfasında belirtilmelidir.)
- Dijital versiyonlar için ISSN (basılı ve dijital versiyonların ayrı ISSN numaraları olması gerektiğini not ediniz).
- Derginin amaçları ve kapsamı (derginin misyonu ve hedefi için açık bir ifade.)
- Editör ve yayın kurulu (ve danışma kurulu vb.) üyeleri - tercihen kurum bilgileri ile: bu isimlerin belirtilmesi ve en azından her birinin çalıştığı ülkelerin belirtilmesi önemlidir. Bu derginin kapsamını belirtir ve tamamen ulusal, bölgesel, kurumsal ya da uluslararası olduğunu gösterir.
- Yazı işlerinin iletişim bilgilerini (ve konumunu)- bir e-posta verilmesi önemlidir ve yazı işlerinin nerede bulunduğu (kurum, şehir, ülke) ilişkin bir ifade iyi bir uygulamadır.
- Yayıncının ismi ve konumu – bu derginin nereden başladığını gösterir ve dergiye güvenilirlik katar.
- Eğer varsa ilişkili organizasyonların isim ve konumları: bilinen bir organizasyonla bağlantı derginize güvenilirlik sunar ve organizasyonun profilini yükseltmek için iyi bir yoldur.
- Abonelik bilgileri (eğer geçerliyse): nasıl abone olunur, ücreti ne kadardır vs. eğer derginin basılı kopyası varsa, dağıtım detayları ve nasıl sipariş verileceği.
- Eğer dergi içerisinde reklam yapılıyorsa, tanıtımların dergi içerisine nasıl ekleneceği, kiminle iletişim kurulacağı, ne tür tanıtımlar olacağı ve belki ücretlendirme bilgileri.
- Editöryal politikalar, (uygunsa) etik, yazarlık, klinik araştırma kaydı, suiistimal ve intihal, çıkar çatışması, etik onayı, istatistiksel geçerlilik, gizlilik politikaları vb. – ör. BioMed Central’ın editöryal politikalarına bk.: www.biomedcentral.com/about/editorialpolicies.
- Hakemlik süreci (kör hakemlik, açık hakemlik vb. – bu derginizin kalite kontrol sürecini belirtir ve okuyucuları ve yazarları kalite kontrolü ve makale değerlendirme sürecinin nasıl yönetildiği konusunda bilgilendirir. Ör. Nature’ın hakemlik politikasına bk.: www.nature.com/authors/policies/peer_review.html).
- Arşivleme ve devamlılık politikaları: ör. BioMed Central web sitesindeki politikayı inceleyiniz: www.biomedcentral.com/getpublished/indexing-archiving-and-access-to-data/journal-archiving.
- Yazar arşivlemesi ve veri havuzu politikaları- ör. Oxford Üniversitesi Yayınevi sitesi: www.oxfordjournals.org/access_purchase/self-archiving_policyb.html
- Veri politikaları (eğer varsa), ör. journals.plos.org/plosone/s/data-availability.
- Özetleme ve indeksleme bilgileri (derginin nerelerde indekslendiği, etki değeri olup, olmadığı).
- Telif hakkı, dava yeri ve içeriğin paylaşıldığı lisansı da içeren diğer yasal konular (“açık erişim dergiler – sadece ücretsiz olma anlamına gelmiyor” kaynağına bk.)
 - İzinler: (eğer gerekirse) içeriğin yeniden kullanılması için gerekli izinin nasıl alınacağı.

- Makale gönderim rehberi
 - Yayınlanan makale türleri
 - Yazar rehberi (bu paketteki ayrı kaynağa bk.)
 - Eğer yayın ya da gönderim ücreti varsa bunları açıkça belirtilmelidir.
 - Nasıl makale gönderilir (çevrimiçi vs.)
 - Bir karara nasıl itiraz edilebilir.
- İçindekiler tablosu bildirim (yeni bir sayı yayınlandığında okuyucu bildirim e-postaları için nasıl kayıt olunur).
- Sosyal medya detayları – ör. derginin Twitter hesabı.

Dergi içeriği

- Son sayı ve arşiv sayıları
- Her bir sayı için cilt, tarih ve sayı numarası
- Eğer uygunsa önceden duyurulan içerik: bunlar bir sayı için seçilmeden önce web sitesine yüklenen makalelerdir. Ör. [onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1741-4857/earlyview](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1741-4857/earlyview).
- Her bir sayı için (öz ve tam metinlere bağlantılarıyla birlikte) içindekiler tablosu.
- Başlık, yazarlar ve her bir makalenin özeti ücretsiz olarak görülebilmelidir.
- Başyazarın ve iletişim detaylarının (e-posta) tanımlanması
- Tam metinler PDF ya da HTML ya da her ikisi de olabilir. Görüntülemeye açık olabilir ya da erişim için bir şifre gerektirir.
- Makaleler için DOI numaraları
- Makale telif hakkı
- Makale lisansı (ör. Creative Commons Licence)
- Eğer varsa, her bir yazar için ORCID numaraları
- Her bir makalenin nasıl alıntılanacağı
- Sosyal bağlantılar ve işaretlemeler için



ANAHTAR NOKTALAR

Diğer dergi sitelerine bakınız.

- Hangi bilgileri içerirler ve bu bilgileri nasıl sunarlar?

Kaynak 11D: Açık Erişim Dergiler – Sadece Ücretsiz Olma Anlamına Gelmiyor

Öz: Bu belge açık erişim yayıncılık ile ilgili temel bilgiler içerir ve gelişmekte olan ülkelerdeki dergiler için nasıl bir yayıncılık modeli olarak değerli olabileceği konusunda bazı sorular ortaya atar.

Bu makale aşağıdaki kaynaklardan yeniden basılmıştır: Smart P. Open access journals – it's not all about free. In: Smart, P, Maisonneuve H and Polderman A (eds) (2013) Science Editors' Handbook 2nd edn. European Association of Science Editors. Bu makale telif hakkı, P. Smart, 2013. Makale yazarın tüm hakları saklı kalmak koşuluyla ticari olmayan amaçlar için yeniden basılabilir: türetilmiş çalışmalar yapılmayabilir

Dergiler internet üzerinden dağıtılmaya başladığından bu yana, erişim ücreti prensibi hakkında kapsamlı tartışmalar yapılmaktadır. Son birkaç yıl içerisinde, araştırma makalelerinin ücret ödemediği görüntülenebilir olması için devletler ve finansal olarak desteklenen kuruluşların desteği ile tartışmalar yeni düzeylere ulaşmıştır. İki soru ile tartışmalar artarak daha karmaşık hale gelmiştir:

- Araştırma makalesi ücretsiz görüntülenebilir olması için nerede olmalıdır – dergi web sitesinde ya da bir çevrimiçi veri havuzunda?
- Kullanıcı araştırma makalesi ile (basitçe okumak ve alıntılanmak dışında) neler yapabilir?

Bu bölüm güncel tartışmalara özet bir altyapı sunacaktır ve eğer editörler dergilerinin uluslararası eleştirilere ve beklentilere boyun eğeceğinden eminler, editörlerin cevaplaması gereken sorular ortaya atacaktır.

Açık erişimin orijinal tanımı

Açık erişimin (AE) prensibi 2000'li yıllara dayanan üç sözleşme ile tanımlanmıştır. Bethesda, Budapest ve Berlin sözleşmelerinin hepsi ücretsiz erişim prensibini içermektedir, fakat materyallerin güvenli bir şekilde arşivlendiğinden ve yeniden kullanım için engeller olmadan erişilebilir kılındığından emin olmanın önemini vurgulamışlardır. Günümüzde bu tartışmalar makalelerin üç şartla kullanıma sunulması gerektiğini vurgulamak için yeniden tanımlanmıştır.

- Okuyuculardan ödeme alınmaması – ücretsiz erişim;
- Araştırma sonuçları üzerine yenilerinin oluşturulması ve yapılandırılması ile yeni bilginin geliştirilmesi için içeriğin yeniden kullanılabilir olması;
- Sürekli bir arşiv kopyasının erişilebilir kılınması.

İçeriği yeniden kullanılabilir olmadan makaleleri okuyabilmenin bilginin sürekli gelişimi için yetersiz görülmesi bu kriterlerin gerekçesidir. Özellikle, sınırsız veri madenciliğine izin verilmesi ve yeni işlerin oluşturulmasında içeriğin kullanılması için (tüm yeniden kullanım tamamen orijinal yazarlara ve orijinal yayına kredilendirilir uyarısıyla birlikte) çağrılar yapılmaktadır.

Dünya genelinde bedava yayın yapan birçok dergi vardır. – ör. içeriğe erişim için ödeme yapmanızı gerektirmez. Açık Erişim Dergileri Dizini (DOAJ) açık erişim dergilerinin indeksini ve listelerine girmek için gerekli kriterleri sunar, bk.: www.doaj.org

Açık erişim dergileri ve iş modelleri

Birçok dergi içeriklerini bedava olarak erişime açar ve bağlı buldukları kurum tarafından ya da makale yayınlama ücretleri (APCs) ile fonlanırlar. Ör. PLOS dergileri tamamen açık erişim dergileri olarak başlamışlardır ve yayın ücretlerinden dolayı finansal olarak yayın hayatına devam ederler. Bu ücret yayına kabul edilmiş tüm makaleler (gönderilen ancak ret edilen makaleler değil) için ödenir. Ücretin düzeyi, derginin yönetilmesi için gerekli olan finansal ihtiyaca göre belirlenir ve bu ücretler oldukça farklılık gösterirler. Ör. BioMed Central'in ücretler listesi, her bir dergisi için, 620\$ ile 2285\$ arasında değişen makale yayım ücretleri gösterir (www.biomedcentral.com/about/apcfaq/howmuch). Yazarların makale yayım ücretlerini nadiren kendilerinin ödeyeceğini ve bağlı buldukları kurumlar tarafından destekleneceklerinin kabul edildiğini not ediniz. Dahası, makale yayım ücreti talep eden birçok yayıncı belirli bir kurumla anlaşma yapabilir. Bu kurum yıllık ücret öder ve bu kurumdan herhangi bir yazar ya hiç ödeme yapmaz ya da indirimli bir makale yayım ücreti öder.

Makale yayın ücreti talep eden (etik) dergilerin birçoğu araştırma fonu olmaması ya da gelişmekte olan ülkelerde bağlı buldukları kurumlarda fon olmaması nedeniyle ödeme yapamayacak olan yazarlar için bu ücreti iptal edebilirler. Bu durum elbette ki bu iş modelini kullanan dergilerin, eğer makale yayın ücretlerini iptal ederlerse, yayın hayatını sürdüremeyeceği anlamına geliyor. Editörler için göz önünde bulundurulması gereken önemli noktalardan birisi yazarlara karşı ve makale yayın ücretlerini ödeyen kurumlara karşı ortaya çıkabilecek potansiyel önyargılardır. Birçok etik dergi ödeme sistemini yazı işlerinden ayrı tutar böylece editörler ücret ödenen makaleler için referans olma konusunda suçlanamazlar.

Makale yayın ücretlerinin uygulanmasının – yazarın yayın ihtiyacının avantajını kullanarak zayıf servisler ve sınırlı kalite kontrolü ile yazarın ödeme yaparak yayın yapabileceği (gösteriş yayıncılık olarak da isimlendirilen) - “çapılcu” yayıncılığa doğru gidebileceği konusunda bazı endişeler vardır. Son birkaç yıldır, bu tür yayıncıların sayısı gözle görülür bir şekilde hızla artmaktadır: bir kütüphaneci etik olmayan yayıncılık uygulamaları ile yürütüldüğüne inanılan bu yayıncıları bloğunda (Beall's list) açıklamaktadır

(bk. scholarlyoa.com/publishers). Fakat yayınlarını saf bir yolla sürdürmeleri ve sunmaları dolayısıyla etik yayıncıların da bu listede olması eşit düzeyde bir endişe oluşturmaktadır.

Bir diğer modelde, sadece abonelik gerektiren bazı dergiler, şimdilerde bireysel makaleler için makale yayım ücreti talep ederek açık erişim seçeneği sunarlar. Bu dergiler “hibrid” olarak isimlendirilirler çünkü makalelerin bazıları (ya da birçoğu) aboneler tarafından satın alınmak zorundayken, diğerleri herkes için ücretsiz olarak görüntülenmeye açıktır. Ör. Wiley'in “Online Open” açıklamasına bk.: olabout.wiley.com/WileyCDA/Section/id-406241.html

Bu dergilerde açık erişim seçeneğini değerlendirmek disipline ve dergi tarafından alınacak makale yayım ücretinin ödenmesi için gereken bütçenin varlığına göre değişiklik gösterir. Prensip olarak, yayıncı yayınlanacak açık erişim materyalin miktarına göre abonelik ücretlerini azaltır: ancak bazı dergilerde bu seçeneğin değerlendirilmesi çok yavaştır ve abonelik için alınan ücrette çok az bir fark yaratabilir. Teoride, daha fazla yazar açık erişim tercih ettiğinde dergiler abonelik satış modelinden, makale yayım ücreti yayıncılığı modeline geçeceklerdir.

Açık erişim kapalı-erişim dergi yönetimi ile karşılaştırıldığında bir diğer göz önünde bulundurulması gereken taraf da dergiyi sürdürebilmenin maliyetidir. Açık erişim veya kapalı erişim olmanın daha ucuz ya da daha pahalı olduğunu söyleyen kesin istatistikler yoktur: bunun nedeni farklı dergiler arasındaki iş maliyetinin çeşitlilik göstermesidir. Ör. bir dergi birçok personel çalıştırırken, bir diğeri tamamen gönüllü çalışanlarla bir başkası ise diğer bölümlerde zamanını geçirmesi gereken üniversite personeli ile süreci devam ettirmektedir. Abonelikleri yöneten satış personelinin maliyeti bir kazanımdır fakat bunun yeri makale yayım ücretleri işlevlerini yürüten personel ile doldurulabilir. Açık erişim dergilerde web sitesi erişimi yönetiminde bazı kazanımlar olabilir fakat web sitesinin tamamının yönetiminde bir farklılık olmayabilir. Bir rapora göre, eğer Elsevier tamamen açık erişime geçerse maliyetlerde %12-14 düşüş olacağı tahmin edilmektedir, fakat Elsevier birçok yayıncıyı zorlukla temsil edebilir. Aspesi, C, Rosso, A ve Wielechowski R (2012) Reed Elsevier: Transitioning to Open Access - Are the Cost Savings Sufficient to Protect Margins? Bernstein Research. www.richardpoynder.co.uk/OAcosts.pdf 10 Ağustos 2013 tarihinde erişilmiştir).

Veri Havuzları

Akademik ve araştırma kurumları ağırlıklı olarak araştırmaya yatırım yaparlar- akademisyenleri ve araştırmacıları işe alırlar ve projelere, deneylere ve gelişim programlarına finansal destek sağlarlar. Yatırımcının herhangi bir ek ödeme yapmasını gerektirmeden yatırımının sonuçlarına erişememesi artarak dile getirilen bir endişedir. Bu sadece büyük ölçüde mantık dışı değil, ayrıca birçok (hepsi değilse de) kurum ve fon sağlayıcı organizasyonlarının misyonu olarak desteklerinin sonuçlarının ücretsiz şekilde dünya genelinde erişilebilir olması gerektiğine inanmaktadır.

Destekledikleri içeriğe erişimlerini daha ileriye taşımak için birçok kurum organizasyonlarının fikri çıktılarını toplayabilmek için dijital veri havuzları oluştururlar. Erken zamanlarda, bu veri havuzları ağırlıklı olarak çalışma kağıtlarını, yüksek lisans ve doktora tezlerini ve benzerleri gibi gri literatürü içermekteydi. Fakat son zamanlarda, kurumlar çalışanlarının ve finansal olarak desteklediklerinin akademik yayınlarını yakalamak konusuna daha fazla önem vermeye başladılar. Sonuç olarak, birçok kurum tüm çalışanlarının ve finansal olarak desteklediklerinin yayınlanan çalışmalarını kurumsal veri havuzuna göndermesini zorunlu (ya da gereklilik) haline getirdi.

Bu kurumsal veri havuzlarına ek olarak, merkezi olarak yönetilen ve dünyanın herhangi bir yerinden yazarları çalışmalarını kendilerine göndermeleri için teşvik eden bazı alana özel olanları da vardır. Fizik alanında, ArXiv.org 15 yıldan fazla bir süredir faaliyetini yürütmektedir. Yaşam bilimlerinde, Amerikan Ulusal Sağlık enstitüleri tarafından desteklenen PubMed Central 2000 yılında kurulmuştur. Bu büyük veri havuzlarının her birinin kabul edilebilir içerik konusunda kendi kuralları vardır. Ör. ArXiv.org herkesi içeriğini yüklemeye teşvik eder ve içeriği toplumun yorumuna ve değerlendirmesine bırakır. Fakat PubMed Central (ya da şimdilerde PMC olarak bilinen) sadece yeterli düzeyde kalite belirten içerikleri kabul eder – ya içeriklerini PMC'nin havuzuna göndermek isteyen dergilerin değerlendirilmesiyle ya da makale (aşağıda belirtilen) olarak finansal sağlayıcılar tarafından desteklenen bir araştırmanın çıktısı ile.

Ana finans sağlayıcıların pozisyonları

Geçmiş birkaç yılda ana finans sağlayıcıların birçoğu, desteklenen araştırmacıların çalışmalarını kamuya açmaları gerekliliğini –bedava erişim, bedava okuma- için bazı standartlar açıklamışlardır. Bu gerekliliği talep eden birçok finans sağlayıcı makalelerin kopyalarının ya dergi web sitelerinde ya da veri havuzlarında erişime açık olmasını isterler.

Ör. Wellcome Trust politikası aşağıdaki ifadeleri içerir:

- Bir hakemli dergide yayına kabul edilen ve Wellcome Trust tarafından tamamen ya da kısmen desteklenen herhangi bir araştırmacının elektronik kopyası, PubMed Central ve Europe PubMed Central (Europe PMC) aracılığı ile mümkün olan kısa zamanda ve ne olursa olsun dergi yayıncısının resmi son yayın tarihinden altı ay içerisinde erişime açmasını gerekli kılar.
- Trust'ın gerekliliklerini yerine getirmek için araştırmacılara bağlı buldukları kurumlar aracılığı ile uygun olduğunda açık erişim ücretlerini de kapsayan finansal destek sağlayabilir.
- Yazarları ve yayıncıları - açık erişim ücreti ödenmesi gerektiğinde- araştırma makalelerinin lisansını almaya teşvik eder, böylelikle bedava olarak kopyalanabilir ve yeniden kullanılabilir, (ör. metin ve veri madenciliği için) bu tür kullanımların atfedilmiş olması sağlanır.

Wellcome Trust'ın tam metin politikasına erişmek için web sitesini ziyaret ediniz: : www.wellcome.ac.uk/About-us/Policy/Policy-and-position-statements/WTD002766.htm

Genellikle tek başına üniversitelerin de bu tür gereklilikleri vardır – akademik çalışanları ve finansal olarak desteklenen araştırmacıları çalışma sonuçlarını kurumsal veri havuzlarında erişime açmaları şartı koyarlar. Ör. Dublin, Trinity College'in politikasında şu ifade yer alır:

- Çalışan üyeleri tarafından ve araştırma öğrencileri tarafından yayınlanan tüm akademik makalelere açık erişim sağlanması konusunda üniversitenin desteklenmesi, yayına kabul edilmesinin hemen akabinde her bir çalışan üyenin ve araştırma öğrencisinin her bir makalenin hakemlik süreci tamamlanmış son elektronik bir kopyasını uygun bir formatta (PDF gibi) Müdür Ofisini uygun biçimde temsil eden birime hiçbir ücret olmaksızın sağlaması.

Yazım zamanında, Açık Erişim Veri Havuzları Zorunlu Arşivleme Sicili Politikasında (roarmap.eprints.org) neredeyse 270 talimat kaydı yapılmıştı.

Bu talimatlar içerisinde, not edilmeye değer maddeler şunları içermektedir:

- Makale ne zaman erişime açık olmak zorundadır;
- Makale nerede erişime açık olmak zorundadır;
- Makalenin hangi sürümleri erişime açık olmak zorundadır (aşağıdaki bölümü inceleyiniz).

Birçok talimat bir “ambargo sürecine” olanak verir. Bu makalenin bir dergide yayınlanması ile veri havuzunda bedava erişime açılması arasında geçen zamandır. Bunun nedeni makale tamamen bedava erişilebilir olmadan önce dergi yayıncısının temel derginin satışını gerçekleştirebilmesine olanak sağlamaktır. Ambargo süreçleri orijinal olarak iki yıla kadar belirlenir ancak yavaş yavaş azaltılarak günümüzde genelde altı ay civarındadır.

Birçok talimat aynı zamanda makalenin nerede erişime açılmak zorunda olduğu hususunda şartlar öne sürer. Kurumsal talimatlar için, bu genelde kurumun veri havuzudur. Daha büyük finans sağlayıcıların talimatları ise bu genelde büyük disipline özel –PubMed Central ya da RePEc (Research Papers in Economics gibi) - veri havuzlarından biridir. Bazı finansal destek sağlayıcı talimatları açık erişim dergi yayıncılığı için ödeme yapar – makale yayın ücretlerinin ödenmesi için bütçe sağlarlar. Ör. Wellcome Trust tarafından desteklenen ve PLOS Medicine’de yayın yapan herhangi bir araştırmacı için 2900\$ açık erişim yayın ücreti Wellcome Trust tarafından doğrudan ödenir. Üniversite kütüphanelerinin birçoğu araştırmacılarının makale yayın ücreti alan dergilerdeki yayın ücretlerini ödeyebilmek için şimdilerde yayın bütçeleri oluşturmaktadırlar.

Burada 2012 yılında yazılan UK Finch raporundan bahsedilmesi gerekir. Bu rapor, özellikle toplumsal kaynaklarla desteklenen araştırmalara erişimin nasıl geliştirilmesi gerektiği konusunda bir zorunluluk ile yapılan açık erişim konusunda bir devlet araştırmasıdır (bk.: www.researchinfonet.org/publish/finch). Tüm önerilere çevrimiçi erişilebilir, fakat genel olarak araştırma, dergilerin yayınlanmasını desteklemektedir. Ayrıca, dergilerin var olmak için bütçeye ihtiyacı olduğunun ve bu bütçenin daha fazla açık erişim ortamlarına taşınarak sağlanabileceğini vurgulamaktadır. Bu raporun bir çıktısı Birleşik Krallık Araştırma Konseyleri (RCUK) tarafından verilen açık erişime zorlama ve bununla birlikte gelen yayın ücretlerinin karşılanması konusunda anlaşmaya varılması kararıdır.

Ancak bu rapor tüm alanlarda isteklilikle kabul görmemiştir ve yazım zamanında daha ileri düzey devlet araştırmalarına öncülük etmiştir. Özellikle rapor ve sonrasında gelen talimatların yaşam bilimleri yayıncılık ortamı ve beşeri bilimler ile sosyal bilimler yayıncılık ortamı arasındaki ekonomik farkı kavrayamadığını düşünen beşeri bilimlerde ve sosyal bilimlerde çalışan araştırmacılar dikkate değer düzeyde endişelenmektedirler.

Bazı fonlama zorunluluklarını çevreleyen politikalar bir kenara bırakıldığında, göz önünde bulundurulması gereken problem hangi sürümün halka açık olarak erişime açılacağıdır. Talimatların birçoğu sadece “kabul edilmiş makalelerin” veri havuzlarına eklenmesini gerekli kılar: bu sürüm hakemlik sürecinden sonraki fakat redaksiyon ve tasarımıyla önceki sürümdür. Bu hali kayıttaki son şekline, yani dergide yayınlanan hali, çok yakın olmasına rağmen, bazen başlık, yazarlık ve makaledeki hakemlik süresince gözden kaçan önemli hataların düzeltilmesi gibi değişiklikleri de içeren önemli değişiklikler olabilir. Bazı diğer talimatlar yayınlanmış makalenin bir kopyasının veri havuzuna yüklenmesini ve de dergi içerisinde yayıncının web sitesinde erişilebilir olmasını talep ederler. Bunun bir sonucu olarak bir yazar erişilebilir olan bir makalenin çoklu sürümlerini bulabilir; dahası, erişilebilir sürümün kayıttaki sürüme ne kadar yakın olduğu her zaman açık bir şekilde belirtilmez.

Burada editörler için sorunlar (1) yayınlanmış makalenin bir sürümünün veri havuzunda erişilebilir olmasına izin verme konusundaki yatkınlıkları, (2) erken taslağı hali hazırda bir veri havuzunda erişilebilir olan bir makalenin gönderimini kabul etmeleri konusundaki isteklilikleri, (3) yayından sonra veri havuzuna makalenin hangi sürümünün gönderileceğine karar vermeleri.

Atf üzerindeki etki

Açık erişim makalelerin daha fazla oranda atf aldıkları üzerinde bazı tartışmalar sürmektedir. Açık erişim makalelere -ortalama olarak- kapalı erişim makalelere göre daha fazla görüntüldüğü ve indirildiği kesinlikle doğrudur. Bu yüzden bu makalelere daha yüksek oranda atf yapıldığını düşünmek oldukça doğaldır. Ancak, bu kanıtlanamamıştır ve büyük ihtimalle hiçbir zaman kanıtlanamayacaktır. Yüksek indirilme oranlarının yüksek atf oranlarına öncülük edebileceği tam olarak belirtilemez. Makalenin atf alıp almayacağını belirleyen makalenin yazara ifade ettiği değerdir ve açık erişim olması bunu değiştiremeyebilir. (Moed H (2012) Does open access publishing increase citation or download rates? Research Trends May; 28. www.researchtrends.com/issue28-may-2012/does-open-access-publishing-increase-citation-or-download-rates/ 10 Ağustos 2013 tarihinde erişilmiştir).

Makalelerin yayına kabul edilmiş sürümlerinin veri havuzlarına kabul edilmesi ve bunun neden olduğu makalelerin faklı sürümlerinin çoğalmasında atıfları seyreltebilir. Örneğin bir okuyucu makalenin veri havuzundaki sürümüne erişirse ve atf yapmak isterse, dergi kredisini kaybeder. Makalenin yayınlanmış sürümüne yapılan atf “güvenilir sürüm” olmasına rağmen, makalenin veri havuzundaki kabul edilmiş sürümüne erişilmesi ve okunması eşit şekilde problemlidir. Ancak bunlar arasında fark yoktur, problem yoktur.

Kullanıcı Hakları: Lisans

Bu bölümün başında belirtildiği gibi, araştırma makalelerinin sadece ücretsiz olarak erişime açık hale getirilmesi tamamen açık erişim olarak görülmemektedir. Savunucuları tam açık erişime uygunluk için yazardan ya da telif hakkı sahibinden özel izinler alınmasına gerek olmaksızın makale içeriklerinin yeniden kullanım için erişime açılması konusunda artan biçimde ısrarcıdır. Örneğin geleneksel olarak, eğer birisi (kişisel kullanımdan daha fazlası için) bir makaleyi yeniden basmak ya da başka bir makaleden bir grafiği yeniden yayınlamak istediğinde, telif hakkı sahibinden bunları yapabilmek için izin istemek durumundaydı. İlk bakışta, yazar telif hakkı sahibidir, fakat yayında, telif hakkı genellikle dergi yayıncısına geçer.

Gerekli izinlerin istenmesi süreci zahmetli olabilir ve sonrasında izin verilmeyebilir ya da içeriğin kullanılması için bir ücret istenebilir. İzin alma ihtiyacı bilginin ileriki süreçleri için yeniden kullanılabilir olması amacıyla araştırmacının bedava olmasını zorunluluğunu belirten açık erişimin prensiplerine yabancı bir kavramdır. Bu nedenle, bir makalenin tam anlamıyla “açık erişim” olması için makalenin okuyucuları izin alma gereği duymadan içeriği yeniden kullanmalarına izin veren bir lisans ile birlikte yayınlanması zorunluluğu genel olarak kabul edilir.

Creative Commons hüküm ve koşulları genel olarak en çok kullanılanlardır (www.creativecommons.org). Tüm yayıncılar (ve üretici kurumların diğer alanları) tarafından kullanılabilir olması için uluslararası bir lisans oluşturmak amacıyla başlatılan ticari amacı olmayan bir çalışmadır. İndirilebilen ve dergilerin web sitelerine yüklenebilen bedava lisanslar sağlarlar. Bu lisansların yararı sezgisel ve yazarlar için fark edilebilir ve rıza gösterilebilir olmalarıdır. Dezavantajları ise bu lisansların oldukça kapsamlı olması ve yayıncıların belirtmek isteyebileceği seçmeli izin sınırlamalarına ya da müsaadelerine izin vermemesidir.

Onların lisanslarından birini seçmek için, yayıncı lisansın oluşturulacağı seçenekler menüsünden seçimlerini yapar. Üç ana sorunun cevaplandırılması gerekir:

- Yayıncının ülkesi neresidir (yasal bölümler için)?
- Çalışma ticari kullanım için uygun mudur (ya da sadece ticari olmayan kullanım)?
- Çalışma türetilmiş ürünlerin oluşturulması için kullanılabilir mi?

Bundan, aşağıdaki lisanslar oluşturulabilir:

- CC ND – bu makaleden sadece türetilmiş olmayan kullanım yapılabilir (fakat ticari çalışmalara izin verilir);
- CC NC – bu makaleden sadece ticari olmayan kullanım yapılabilir (fakat türetilmiş çalışmalara izin verilir);
- CC ND NC – bu makaleden ticari ya da türetilmiş kullanım yapılamaz;
- CC BY – bu makaleden ticari ya da türetilmiş çalışmaları da içeren herhangi bir kullanım yapılabilir.

Önemli bir nokta, tüm bu lisansların orijinal çalışma yeniden kullanıldığında intihal olmadığından emin olarak tüm nitelermelerin zorunlu olarak orijinal makaleye yapılmasını şart koşarlar.

Açık erişim savunucuları için, sadece CC BY lisansı kabul edilebilir bir lisans olarak değerlendirilir. Bu lisansı seçmenin pragmatik nedenleri de vardır. Ör. eğer bir figür başka makale içerisinde yeniden kullanıldıysa, bu türetilmiş çalışma teşkil eder; ancak açık erişim kapsamında bu durum tamamen kabul edilebilir olarak değerlendirilir. Benzer şekilde, bir eğitim kursunda eğer öğrenciler para ödüyorsa ya da ders sorumlusuna ödeme yapılıyorsa bir makaleyi (ya da bölümlerini) kullanmak neredeyse tamamıyla ticari kullanım teşkil eder.

PLOS, SPARC ve OASPA tarafından geliştirilen “HowOpenIsIt” rehberi, açık erişimin farklı “tatları” konusunda kullanışlı bir rehberlik sunar. İngilizce, İspanyolca ve Çince olarak erişilebilirdir: (bk.: www.plos.org/about/open-access/howopenisit)

Altın, yeşil ve pound Açık Erişim

Bunların ne anlama geldiklerini bilmek oldukça önemlidir çünkü bu üç terim kapsamlı olarak kullanılmaktadır. Bu üç terimin tamamı ya dergiler ya da talimatlarla ilgilidir.

Bunlar dergilerle ilgiliyken:

- Altın, dergilerin CC BY lisansı ile makalelerini açık erişime açtığını belirtir.
- Yeşil, derginin yazarlarına makalelerini bir veri havuzuna yüklemelerine izin verdiğini belirtir (fakat, “yeşil”, “altından” anlaşıldığı şekilde bir lisans hükmünü şart koşmaz.)
- Pound, derginin CC BY lisansından daha kısıtlayıcı bir lisans altında makalelerini ücret almadan erişime açtığını belirtir.

Bu terimler birleşik olarak da kullanılabilir: ör. bir dergi hem altın hem yeşil olabilir. Fakat pound ve altın olmaz.

Bunlar talimatlarla ilgiliyken:

- Altın, finansal destek sağlayıcı altın dergilerde yayın yapılmasını uygun bulunduğu anlamına gelir.
- Yeşil, yazarların kapalı erişim dergilerde yayın yapabileceği, fakat makalelerini bir veri havuzunda (ve tekrar lisans hükümleri görüşülebilir) erişime açmak zorunda olduğunu belirtir.
- (pound bu kapsamda kullanılmaz.)

Öz

Bu makale açık erişim üzerinde devam eden tartışmaları yüzeysel olarak ele alır, fakat açık erişim araştırma ve finans sağlama çevrelerinde - devletleri de içeren (bk. Birleşik Krallık Araştırma Konseyleri hükümleri) ve bölgesel üstü ortamlarda (bk. Avrupa Birliği duyurusu) destek bulmaktadır. Editörlerin tartışmalar konusunda bilinçli olmaları ve dergileri için en iyi yayıncılık modelini – açık, kapalı ya da hibrid - göz önüne almaları ve içerikleri için hangi lisansları kullanmaları gerektiği oldukça önem arz etmektedir.



ANAHTAR NOKTALAR

Ücretsiz erişim, açık erişim ile aynı anlamı ifade etmeyebilir ve açık erişimin tanımı konusunda sıklıkla yanlış anlaşılmalarda olur. Konu hakkında bir şeyler okurken ya da yazarken bir karmaşıklık olmadığından emin olmak için dikkatli olmalısınız.

BÖLÜM 12. Basılı Dergi Gereksinimleri

Basılı derginiz uluslararası standartlara uyuyor mu? Temel olanlar aşağıda sıralanmıştır. Listeyi kontrol edin ve aşağıdaki bilgileri halihazırda açıkça sağladığınızı teyit edin.

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Derginiz içeriğin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uygun kağıda basılı olmalıdır (ör. fazla sayıda fotoğraf varsa parlak kağıda baskı gibi).			
2. Dergi bir bütün halinde olmalıdır, gevşek sayfa olmamalıdır.			
3. Basım uyumlu olmalıdır (ör. tümü düzgün siyah mürekkep gibi).			
4. Derginin dizaynı her cildin kendi içinde uyumlu olmalıdır.			
5. Her bölümün sayfa düzenleri dergi boyunca uyumlu olmalıdır. (ör. tüm araştırma makalelerinin düzeni aynı olmalı).			
6. Reklamların reklam olduğu açıkça anlaşılabilir olmalı ve dergi içeriği ile karışmamalıdır.			
7. Mevcut çevrimiçi olanın bir özeti bile olsa yazarlara bilgi en az her takvim yılında bir defa sunulmalıdır.			
8. Derginin kapağında aşağıdaki özellikler açıkça görülebilir olmalıdır:			
a. Derginin adı			
b. ISSN numarası			
c. Cilt ve sayı numarası, gerekli ise bölüm numarası (ya da ek başlığı)			
d. Yayın yılı (ve ek olarak aylık bir dergi ise basım ayı, haftalık dergi ise tam yayın tarihi)			
9. Dergi künyesi: Derginin içinde (genellikle kapağın arkasında ya da ilk sayfalardan birinde) aşağıdakiler mevcut olmalıdır:			
a. Baş editörün ve yayın kurulun isimleri (mümkünse kurum ve ülkeleri ile birlikte)			
b. Dergi adı, hedef ve kapsamı			
c. Editöryel ofisin iletişim adresi ve e-posta adresi			
d. Yayıncının adı ve adresi			
e. Eğer varsa basımı destekleyen ya da sponsor olan organizasyonun adı			
f. Eğer dergiye çevrimiçi ulaşım varsa bu durum belirtilmeli ve çevrimiçi versiyonun URL adresi de verilmelidir			

g. Derginin basılı ISSN numarası (eğer çevrimiçi ise elektronik ISSN)			
h. Basım sıklığı (aylık, iki ayda bir, üç ayda bir vb.)			
i. Abonelik ücreti, tek derginin ücreti, ödeme şekli			
j. Telif hakkı notu			
k. Lisans bilgileri (ör. Creative Commons Licence)			
l. Özetlenme ve indekslenme bilgileri			
10. Bir makalenin ilk sayfası şunları içermelidir:			
a. Dergi adı, cildi, sayısı, yılı, makale sayfaları, makale DOI numarası ya da URL			
b. Telif hakkı bilgisi ve/veya yayınevi adı			
c. Makale adı			
d. Yazarlar + kurumları ve/veya iletişim detayları			
e. Yazışmadan sorumlu yazarın belirtilmesi ve iletişim detayları			
f. Öz (eğer)			
g. Makalenin anahtar tarihleri – genellikle başvuru ve kabul tarihleri			
h. Lisans bilgileri (ör. Creative Commons Licence)			
i. Makaleye ait DOI			
j. Varsa yazarlara ait ORCID			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Anon (2006) Dictionary of Printing and Publishing, 3rd edition. A & C Black.

Campbell, R, Pentz, E, Borthwick, I (eds) (2012) Academic and Professional Publishing. Oxford: Chandos Publishing.

Cope, B and Phillips, A (eds) (2014) The Future of the Academic Journal, 2nd Edition. Elsevier. Cox, J and Cox, L (2009) Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers.

Learned Publishing 22, 75–77.

DOAJ (2015) Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing. doaj.org/bestpractice (Şubat 2017'de erişildi).

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.

NFAIS (2009) Best Practices for Publishing Journal Articles. www.nfaeis.org/best-practices (Şubat 2017'de erişildi).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors' Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk.

Kaynak 12A: Yazı Tipi Tasarımı: Kaynak Rehberi

Öz: Yazı tipi tasarımının çoğu kişisel tercihtir. Ancak dikkate alınması gereken bazı öğeler vardır. Bu kılavuz, yazı tasarımına yönelik tam bir kılavuz değildir, ancak dikkate alınacak öğelerin bir listesidir.

Harf aralığı (örnekler)

(Birlikte çok yakın ve kelime şekillerini kolayca tanımlamak zor)

Too close together and it is hard to easily identify the word shapes

(Çok uzak aralıklı ve akıcı – kolayca - okunması zor)

too far apart and it is hard to read with a flow (i.e. easily!)

Kelime aralığı (örnekler)

Again, the same problem arises if the words are too close together -

they appear to run into one another and it becomes harder to read easily

But excessively wide spacing seems

to open up rivers of white down the page,

across the path of the reader's eye

(Yine aynı durum, kelimeler birbirine çok yakınsa ortaya çıkar. Birbirlerine karışmış gibi görünürler ve kolayca okumak zorlaşır. Fakat aşırı

geniş aralık, okuyucunun gözünün önünden, sayfanın alt tarafındaki beyaz boşlukları açıyor gibi görünür)

Satır aralığı (örnekler)

Çok yakın

Several factors influence the choice of leading (inter-line spacing). Before leads were used for composition, type was set solid, and as a rule the roman letters had extenders long enough to hold open an adequate channel of white between the lines.

Uygun olan

Several factors influence the choice of leading (inter-line spacing). Before leads were used for composition, type was set solid, and as a rule the roman letters had extenders long enough to hold open an adequate channel of white between the lines.

Arası çok açık

Several factors influence the choice of leading (inter-line spacing). Before leads were used for composition, type was set solid, and as a rule the roman letters had extenders long enough to hold open an adequate channel of white between the lines.

(Bazı faktörler aralık seçimini etkiler (satırlar arası boşluk). Kompozisyon için aralıklar kullanılmadan önce, boyut tip katı olarak ayarlanmış ve bir kural olarak, Latin harfleri hatlar arasında yeterli bir beyaz kanalı açmaya yetecek kadar uzun uzantılara sahip olmalıdır)

Satır başına çok fazla / çok az kelime (örnekler)

The choice of type chosen must be such that there will not be too many characters in the line for the reader's convenience. Here again, there can be no standard number of ens that can properly be set in the line and the typographer must decide for himself. The choice of font chosen must be such that there will not be too many characters in the line for the reader's convenience. Here again, there can be no standard number of ens that can properly be set in the line and the typographer must decide for himself.

The choice of font chosen must be such that there will not be too many characters in the line for the reader's convenience. Here again, there can be no standard number of ens that can properly be set in the line and the typographer must decide for himself.

The choice of font chosen must be such that there will not be too many characters in the line for the reader's convenience. Here again, there can be no standard number of ens that can properly be set in the line and the typographer must decide for himself.

(Seçilen tipin seçimi, okuyucunun rahatlığı için satırda çok fazla karakter olmayacak şekilde olmalıdır. Burada yine doğru bir şekilde belirlenebilecek standart bir sayı olamaz ve tipografin kendisi için karar vermesi gerekir. Seçilen yazı tipi seçimi, okuyucunun rahatlığı için satırda çok fazla karakter olmayacak şekilde olmalıdır. Burada yine doğru bir şekilde belirlenebilecek standart bir sayı olamaz ve tipografin kendisi için karar vermesi gerekir).

Yaslanmış veya sola kaydırılmış: Kılavuz

- Soldaki metin çok düzensiz görünebilir ve okunması zor olabilir.

Bunun nedeni, gözün bir çizginin sonundan diğerinin başlangıcına kadar kolayca izleyememesidir. Bu elbette çizgi uzunluğundan ve çizgi uzunlukları arasındaki farkın kapsamından etkilenir.

- Bununla birlikte, metni doğrulamak bazı sistemlerde çirkin görünebilir. Bunun nedeni, ham "dizgi" sistemlerin (Word gibi kelime işlem yazılımları dahil olmak üzere), çizgiyi aynı uzunlukta yapmak ve eşit olmayan aralıklı metinlere yol açacak şekilde zorlamak için kelimeler arasındaki boşlukları büyük ölçüde değiştirmesidir.
- Tablo ve şekil açıklamaları ve bölüm / makale başlıkları / yazarlar / adresler / başlıklar (yani metin ve kaynaklar dışındaki her şey!) sola dayalı olmalıdır (çünkü bunlar kısa olma eğilimindedirler ve doğrulandığında kelimeler arasında geniş alanlar ekleyecektir).

Vurgu (örnek)

Metindeki vurgu BÜYÜK HARFLER , italik veya **kalin** olarak sağlanabilir.

(Eğer kelimelerin üzerindeki vurgunun nerede gerekli olduğunun söylenmesi imkansız değilse ve böylece yazarın amaçladığı herhangi bir etki azalmıyor ise, metnin etkili bir şekilde vurgulandığı herhangi bir vurgu şeklinin aşırı kullanımı dikkat edilmesi gereken bir alandır ve okumanın zorlaşması ile sonuçlanabilir).

This is an area to **be careful of** since **over-use** of any form of emphasis effectively **de-emphasises** the text, with the **result** that it becomes **hard**, if not **impossible** to tell where the **stress** on the **words** is **required**, and thus to lose any **impact** that the **writer intended**

This is an area to BE CAREFUL OF since OVER-USE of any form of EMPHASIS effectively DE-EMPHASISES the text, with the RESULT that it becomes HARD, if not IMPOSSIBLE to tell where the STRESS on the WORDS is REQUIRED, and thus to lose any IMPACT that the WRITER INTENDED

This is an area to be careful of since over-use of any form of emphasis effectively de-emphasises the text, with the result that it becomes hard, if not impossible to tell where the stress on the *words* is *required*, and thus to lose any impact that the *writer intended*

This is an area to **be careful of** since **over-use** of any form of emphasis effectively **de-emphasises** the text, with the that it becomes **hard**, if not **impossible** to tell where the **stress** on the **words** is **required**, and thus to lose any **impact** that the **writer intended**

Ve farklı türde vurgularla karıştırmayın ve eşleştirmeyin - dağınık görünüyor:

This is an area to **be careful of** since OVER-USE of any form of **emphasis** effectively **de-emphasises** the text, with the **RESULT** that it becomes **HARD**, if not **impossible** to tell where the **STRESS** on the **words** is **REQUIRED**, and thus to lose any impact that the **writer intended**

Alt çizgi: Genellikle, alt çizgi profesyonelce görünür - sık sık bir harfin taban seviyesinin altında uzanan bir harfin bir kısmı ile (ör. "g") çakışır. Bu nedenle, mümkün olduğunca uzak durun.

- **Kalın, kalın-italikten** daha çok vurgu yapar
- **Kalın-italik**, italikten daha fazla etkiye sahiptir
- İtalik, düz veya dik harflerden daha fazla etkiye sahiptir.

Boyut Tipi (örnekler)

Algılanan boyut tipi (gerçek boyuttan ziyade) okumayı kolaylaştırabilir veya zorlaştırabilir:

Bu metin boyutunu (12pt Times) okumak kolaydır.

Bu boyut tipi (6pt boyutu) okuması kolay değildir - ancak yine de okunabilir.

Bu metin boyutunu (12pt Garamond) okumak kolaydır.

Bu metin boyutu (6pt Garamond) okumak kolay değildir (çok ufak)

This size of text (12pt Arial) is easy to read (but looks slightly clumsy and big)

Bu metin boyutu (12pt Arial) okumak kolaydır (ama biraz hantal ve büyük görünür)

Bu boyut (6pt Arial) hala okuması kolay ancak 6 pt Times dan daha büyük görünür

1. Eğer sans serif yazı tipine (ör. Arial) geçiş yaparsanız, eşdeğer serif yazı tipinden daha büyük görünecektir, bu yüzden bir veya iki nokta boyutunu azaltın.

(ör. "10pt Arial" "12pt Times")

2. Bazı standart boyutlar:

Gövde tipi: 12pt öncülü (yani, tabandan tabana) metin için 10pt serif türü (ör. Times)

Metin başlıkları:

Başlık 1: 12pt kalın, iki satır üstü ve bir satır aşağıda

Başlık 2: 12pt italik veya 10pt kalın italik, iki satırlık alan, bir alt başlık

Başlık 3: 10pt italik, bir satırlık alan ve aşağıda ekstra alan yok

Özler ve anahtar kelimeler: 9pt (yani metinden daha küçük bir sayı boyutu)

Tablolar: 9pt (tablo başlığı ve tablo içeriği dahil) - metinden bir boyut daha küçük (ve bir serif olmayan yazı tipi (ör., Arial) genellikle tablolar için daha açıktır).

Şekil başlıkları: 9pt (yani metinden daha küçük bir sayı boyutu)

Kaynaklar: 9pt (yani metinden daha küçük bir sayı boyutu)

Yayınlanan başlık: Önce ve bir ya da iki satırlık boşlukla 9pt metin satırı

Yazı ağırlığı (örnek)

Yazı tipinin koyuluğu veya açıklığı gözün bir kelimedenden diğerini takip etmesini güçleştirir çünkü yazının altındaki kağıdın kontrastının kelimelerin arka planda ne kadar iyi durduğuna etkisi vardır.

Consider reading this, and then this and then this

Tire ile ayırma

1. Üç ardışık satırın tire ile bitmemesini sağlamalısınız.

2. Genel olarak satır sonu tire işareti, iki ünsüz (ör. desk/top ve glos/sary) arasında ya da kelimenin doğal olarak kırıldığı (ör. typo/graphic, ele/phant) sözcükleri kırmalıdır.

3. Bir satırda kötü gözüken boşluk bırakılmışsa, yapay olarak tire ekleyebilirsiniz, ancak bunu yaptığınızda ve metin yeniden sıralanırsa kısa çizgi kalır ve el ile kaldırılması gerekebilir.

4. Bir elektronik dosyadan metin içe aktarma, onunla birlikte sert tire de getirebilir - bunun izlenmesi gerekir.

Aralıklar

1. Metin içerisinde **asla** çift-aralık (double space) kullanmayın (yazıcılar nokta işaretinden sonra boşluk bırakma eğilimindedirler) – bu durum Word dosyasında yazıma başlamadan kontrol etmeniz gereken ilk konu olmalıdır. (Çünkü bu durum kelime aralıklarını düzensizleştirir.)
2. Kelime aralık seçenekleri sınırlı olmalıdır - ör. mümkünse daktilo ayarlarınızı %85'in üstünde ve %125'in altında ayarlayın
3. Harf aralıklarını ayarlamayın- daktiloyu dizayn edenin doğru yaptığını varsayın!
4. Karakter aralığı: her ne kadar standart programlar genellikle gayet iyi olsalar da, yine de büyütülmüş harflerle bir kesme olarak özellikle AW ve V harflerinin yanyana geldiklerindeki görüntüsünü dikkatlice kontrol edin
5. Satır aralıkları (başlık): Genel kural olarak 10 ptnun altındaki yazılarda 1 pt büyük, 30 ptya kadar olanlarda 2pt büyük, daha fazla pt ile yazılarda ise 4 pt ek aralık kullanın. (ör. 8/9, 9/10, 10/12, 16/18, 24/26, 30/34 gibi)- ancak bunun çok kaba bir hesap olduğunu ve farklı yazım arayüzlerinin daha az ya da daha fazlasına gereksinim gösterebileceğini unutmayın- kendi yorumunuzu kullanın.
6. Kötü aralıklar metni nehir ya da göl gibi gösterebilir (ör. sayfada beyaz satırlar ya da ya da beyaz alanlar gibi). Sayfada metnin nasıl görüldüğünü anlamak için sayfayı başaşağı yapın ve şaşı bakın, böylece metni okumayı bırakır ve gri deseni görürsünüz ve ayrıca farkedilmeyen nehirleri ya da beyaz alan topaklarını farkedebilirsiniz.
7. Paragraf girintileri dört-altı karakter aralığında olmalıdır - kabaca 10 pt yazı 10mm'e denk gelir.
8. Bütünlüğü sağlamak için, tüm doküman boyunca paragraf girintilerinin aynı genişlikte olması gerekir (ör. paragraf girintileri, kaynak girintileri vs).
9. Kabul edilmiş pratikte başlık altındaki paragraf yazıdaki tüm diğer paragraflar girinti ile başlasa bile girinti ile başlamaz. Ancak bu kural kişisel tercihlerle değişebilir.

Sayfa Alanı

1. Klasik "Penguen" kitap dizaynında kenar oranlarını 1:1.5:2:3 (omurga:baş:yan:dip) olarak ayarlayın – ancak akademik kitap ve dergilerde iç ve dış kenar genişliklerinin genellikle aynı genişlikte kullanılır (başparmak kuralı: genişlikleri bir başparmak genişliğinde tutun!)
2. Başlık kenar aralığı mutlaka dip kenar aralığından küçük olmalıdır- aksi takdirde yazı sayfadan aşağı "kayıyor" izlenimi verir - genellikle dip aralığı başlık kenar aralığının iki katı kadar geniştir (ayrıntıda başlık sınırı sayfanın tepesinden metin başlığının ya da metin başlığı yoksa sayfada varolan ilk yazılı satıra kadar olan alandır).
3. Genel bir kural olarak sayfadaki metnin derinliği sayfanın yaklaşık %80'ine yayılmalıdır - ör. üst ve alt kenar aralıkları toplamda sayfa yüksekliğinin 1/5'ine denk gelmelidir - ancak akademik dergilerde boşlukların optimum kullanımı gerektiğinden bu alanlar daha küçük bırakılmak istenebilir.
4. İç kenar aralığı okumayı ve kopyalamayı kolaylaştıracak genişlikte ayarlanmalıdır- eğer text gövdede kayboluyorsa bu kötü bir tasarımdır.
5. Genellikle sadece iki kenar aralığı özelleştirilmelidir – baş ve omurga - ki tüm diğerleri bunlara göre ayarlanabilir.
6. Bağlayıcı kenar aralıklarının (omurga kenar aralığı) metin kitap ya da dergiye bağlandığında kelime ya da harf kaybına neden olmayacak kadar geniş olması gerektiği hatırlanmalıdır.

Çalışma Uygulamaları

1. Daktilo uygulamasına geçmeden önce mümkün olduğunca Word programında çalışın (editöryel düzeltmelerde vs.) - Word işletim yazılımı editing için çok daha verimlidir.
2. Materyali tekrar düzenlemeye hazırlıklı olun – elektronik dosyaların kullanılabilirliği hakkında hızlı karar vermeniz gerekebilir.
3. Basit grafikleri tekrar çizmeye hazırlıklı olun - yine verimlilik için hızlı karar vermeniz gerekebilir.

Sayfa Düzenlemesi

1. Şekil ve tablolar sayfanın başında ya da sonunda olmalıdır, ortasında değil.
2. Tercihen grafikleri sayfanın başına koymak daha düzenlidir.
3. Açılış sayfaları (ör. makalenin ilk sayfası): her ne kadar düzenlemeler geniş bir yelpazede olsa da, metnin ilk cümlesinin yerleşimi, makale başlığının yerleşimi vs. mümkün olduğunca tutarlı olmalıdır: her maddenin altına gelecek aralık miktarını belirleyin ve tüm yazı boyunca uygulayın (ör. yazar sayısı/adresi/ünvanı kısmının satır sayısını önemsemeden metni sayfa başından 25 cm aşağıdan başlatmak yerine adreslerin son satırının 30mm aşağısından başlatın)
4. Dergi boyunca makale başlıklarının yerleşimi aynı hizada olmalıdır.

Artıklar ve kalıntılar

1. Artık sayfanın sonuna denk gelen yarım kalmış cümleyi tanımlarken, kalıntı sonraki sayfanın başına geçen bu cümlenin diğer yarısını ifade eder. Çoğu program bu durumu önler ve bu durum kötü uygulama olarak değerlendirilir.
2. Eğer bir sayfanın sonuna bir başlık kalmışsa mutlaka sayfa sonuna gelmeden önce iki satır metin ile birlikte olmalıdır. Daha az metin varsa başlık bir sonraki sayfaya kaydırılmalıdır.

Metin konumunun tutarlılığı

Metin elemanlarının konumları tüm dergi boyunca tutarlı olmalıdır. Genel kural olarak, “sola dayalı” başlıklarla “merkezi” başlıkları karıştırmayın.

Şekiller

1. Şekiller ne nahış görünecek kadar geniş ne de yazıları okunmayacak kadar küçük boyutlandırılmalıdır. İdeal olarak bir şekil, sayfanın 1/3'ünden büyük olmamalıdır - ancak bu boyutlandırma çizime de bağlıdır, bazılarının tüm sayfayı kaplaması da gerekebilir.
2. Şekillerdeki sembollerin açıkça görülebildiğinden emin olun - ancak bunu sağlamak için şekili KOCAMAN yapmayın, yazılarla oynamayı düşünün.
3. Tablo ve grafiklerde hücre çizgilerinin aşırı kullanımından kaçının - sunulan bilgide dikkat dağılmasına neden olur.
4. Ayrıca gri arka tonlamadan hem arka planlarda hem de hücre içinde kullanmaktan kaçının. Tablo ve grafiklerde arka plan beyaz olmalı ve hücre gölgelemeleri vs. net olmalıdır.
5. Çizgili bir tablo hazırlarken ayırıcı kalın çizgilerin belirgin olmasına dikkat edin (ör. sunulan veri çizgileri).

Tablolar

1. İdeal olarak tablolarda sadece başlıkta, sonda ve kolon başlıklarının altında enine çizgiler olmalı – dikey çizgiler ya da tablonun ortasında herhangi bir çizgi olmamalıdır (ayırımları göstermek için ya yarı-çizgi ya da tam çizgi kullanın)
2. Kolon içindeki metin sola yaslanmış ya da satırbaşı olabilir - her ikisi de doğrudur ancak tutarlı olmalıdır.
3. Kolon başlıkları ve kolonlar düzgün bir şekilde hizalanmış olmalıdır, ör.:

Birinci kolondaki başlık ve yazı: Sola dayalı

Diğer kolonlardaki başlıklar: Ortada

Diğer kolonlardaki yazılar: Sola dayalı (yazı), ondalığa kadar ilerlemiş (sayılar için)

4. Kolon başlıklarında farklı seviyeler olabilir ve bu durumlarda ayırıcı (ör. kısa) çizgiler başlık içinde başlık olduğunu göstermek amaçlı kullanılabilir.
5. Tablo başlıkları tabloların üstünde olmalıdır.
6. Eğer bir tablo metine sığmıyorsa (ör. çok fazla kolonu var vs.) punto büyüklüğü 2 puan küçültülebilir - ancak tablo başlığı küçültülemez.
7. Tablo dipnotları: bunlar aynı punto büyüklüğünde ya da daha küçük olarak tablonun hemen altında olmalıdır.
8. Tablolar metinden farklı bir yazım stilinde olabilir ancak yazının tümünde tutarlı bir stil olmasına dikkat edilmelidir.
9. Tabloların kendi aralarında ve ana metin ile iki-satır aralığı boşluk olmalıdır.
10. Eğer bir tablo sonraki sayfaya sarkıyorsa kolon başlıkları ikinci sayfada tekrar yazılmalı ve ilk sayfada alt notlar yazılmamalıdır. Böylece tablonun devam ettiği anlaşılabilir.
11. Landscape tablolarda kolon başlıkları tek sayılı (recto) sayfalarda tekrarlanmaz (çift sayılı sayfalardan direkt ilerledikleri görüldüğü için)

Table 5 Tablo başlığı ^a

İlk başlık ^d	Wheat species ^b			
	Species A	Species B	Other grains	SD
Verilerin ilk satırı	0.235	123.56	235.50	None
Verilerin ikinci satırı	234 c	20.55	25.36	None
Verilerin üçüncü satırı	555.66	666.55	235.66	Much
Verilerin dördüncü satırı	23.55	222.33	NA	Some

^a Tablo başlığı tablonun üstünde olmalı. Superscript harfler ya da semboller kullanın (ör. * ¶ ¥)

^b Bu bir ara başlık – ör. Üst seviye başlık

^c Ondalıklı sayı hizası

^d İlk kolon başlığı eğer gerekli görülüyorsa yazılmayabilir



ANAHTAR NOKTALAR

Çevrimiçi yayıncılık göreceli basittir fakat önceden bazı planların yapılması başarılı (sürdürülebilir) bir çevrimiçi yayın için değer.

Kaynak 12B: Dergi Tasarımı - Rehberler

Öz: Burada sayfa tasarımından ayrı, çoğu dergi tarafından uyulan standart bilgi ve sunum maddeleri listelenmiştir.

Kapaklar

Ön kapak

- Dergi adı (ve eğer varsa alt isim)
 - Eski başlık (dergi ismini değiştirdikten sonraki bir yıl) "Eskiden...." ön eki ile
- Cilt numarası
- Sayı numarası ve ayı
- Yılı
- ISSN (üst-sağ köşe uluslararası standard olarak kabul edilir)
- Yayıncının adı (eğer yayıncı adı dergi adının bir parçasıysa gerekli değil - ör. Sri Lanka Ulusal Doğa Bilimleri Vakfı dergisi gibi)

Bazı dergiler içindekiler listesini ön kapakta sunarlar: bu okuyuculara yardımcı olsa da eğer çok uzunsa ve sığmıyorsa arka kapağa (genellikle burada daha fazla boş yer vardır) ya da derginin içine konulmalıdır (aksi taktirde sığmayan kısım dergide başka bir sayfada devam edecek ve bu sayfanın bulunması her zaman kolay olamayabilecektir) İdeal olan cilt içinde ana kapak tasarım değişimi yapmamaktır – eğer tasarım değişecekse yeni kapağın yeni yılın ilk sayısı ile sunulması daha iyidir.

Omurga (sırt)

- Dergi adı
- Cilt numarası
- Sayı numarası
- Ay
- Yıl
- Sayfalar (tercihe bağlı, ancak işe yarayabilir)

Not: Eğer dergi tutmaçı olan bir rafta saklanırsa omurganın (sırtın) alt tarafı bu tutmaç tarafından kapatılır dolayısıyla ad/cilt/sayı numaraları sırtın üst kısmında yazılır ki rafta iken bile görülebilsin.

Arka kapak

Bir derginin arka kapağında neler olması gerektiğine ait bir standart yoktur. Reklamlar için iyi bir yerdir dolayısıyla sıklıkla buraya yerleştirilirler.

Eğer arka kapakta reklamınız yoksa burayı aşağıdakiler için kullanmayı düşünebilirsiniz:

- Sayının İçindekiler Listesi
- Editörler listesi ve derginin hedef ve kapsamı
- Derginin kurumu hakkında bilgi - kurumun reklamı gibi
- Gelecek sayılar için yayın çağırısı
- Dergiye üye ya da yazar olmak için gerekli bilgiler
- Derginin web sayfası için reklam

Dergi künyesi

Dergi künyesi sıklıkla bir derginin ekibi, çalışma şekli ve dağıtımı hakkında bilgi veren liste olarak tanımlanır – bilimsel dergi çerçevesinde bu tanım yayın kurulu, dergi hedef ve kapsamı ve basım bilgilerini içerir. Bu bilgiler gerektiğinde kolayca bulunabilecek bir yerde olmalıdır ve genellikle hepsi bir arada olarak sunulur - yeri genellikle kapağın arka yüzünde ya da sayının ilk sayfalarından birindedir. Bu bilgilerin çoğu önemlidir ancak herkes için gerekli olmayabilir, dolayısıyla tüm bilgiler aynı sayfaya sıkıştırılabilir diye çok küçük yazı karakterleri ile yazılmalıdır.

Dergi künyesi maddeleri

Aşağıdaki liste bir dergi künyesinde bulunması gereken bilgileri içermektedir:

- Derginin tam adı + altbaşlık
- p-ISSN ve e-ISSN (derginin yazılı ve elektronik versiyonlarının ayrı ISSN numaraları olmalıdır)
- Derginin hedef ve kapsamı
- Yayıncının adı/adresi ve derginin sahibi ya da yüklenici organizasyonu
- Baş-editörün adı ve iletişim detayları
- Derginin iletişim detayları – ör. editöryel ofis, varsa kitap eleştiri editörü, reklam müdürü vs.
- Editörler listesi/ editöryel kurul/ editöryel panel (kapsamın ulusal mı uluslararası mı olduğunu göstermesi açısından ülkeleri ile birlikte)
- Yayın sıklığı (ör. “yılda 3 kez Martta, Haziranda ve Kasımda yayınlanır” gibi)
- Abonelik ücreti
- Sipariş (talep) bilgileri - iletişim adresi vs.
- Abonelerin adres değişikliğini nasıl bildireceğine dair bilgi
- Telif hakkı beyanı - tüm derginin telif haklarının kimde olduğu (her yazarın kendi makalesinin hakları kendine ait olsa bile)
- Derginin dahil olduğu tüm bibliografik indeksler ve veritabanları listelenmelidir (Ulrich’s gibi genel indeksleri ve temel kütüphane kataloglarını eklemeyiniz - bu liste kütüphanecilerin dergiyi bulmasını kolaylaştıracağı gibi daha da önemlisi hangi indexlerin derginin kalitesini onaylayarak indekslediğini de gösterir)
- Reklam bilgileri (kiminle iletişim kurulacağı, belki reklam ücretleri)

Makale başlık sayfası

Makale başlık sayfası okuyucunun aşağıdakileri çabucak ayırdedebileceği şekilde yeterli bilgileri içermelidir:

- Konu ve sayfa içeriği
- Yazarlar
- Yazarların kurumları
- Yazıya nasıl doğru şekilde atıf yapılacağı

Başlık sayfası fotokopisinin alınması en muhtemel sayfa olduğundan “kendi başına anlamlı” yeterli bilgiyi içermelidir.

Başlık sayfası maddeleri

- Manşet (atıf bilgileri)
 - Dergi adı (tamamı ve/veya standart kısaltmalar ile)
 - Cilt, sayı numarası, yayın yılı
 - Makalenin hangi sayfalarda olduğu
 - Makalenin DOI numarası (tavsiye edilen gösterim şekli: <http://doi.org/10.3329/bjar.v42i3.34505>)
- Telif hakkı bilgisi ve/veya yayıncının adı
- Makale başlığı
- Yazarlar + kurum bağlantıları ve/veya iletişim detayları (özellikle yazışmadan sorumlu yazar)
- Öz (var ise)
- Anahtar kelimeler (var ise)
- Makale anahtar tarihleri - genellikle başvuru ve kabul tarihleri
- Çevrimiçi makalenin URL adresi (eğer dergi çevrimiçi ise), veya DOI (dijital nesne tanımlayıcısı) - eğer dergi Crossref'e kayıtlı ise DOI tercih edilir (bk. www.crossref.org)

Öz

Özler sıklıkla 250 kelime ile sınırlıdır. Bazen metnin bir parçası olarak bazen ise metnin üstünde ayrı olarak bulunur (metnin çift-kolon düzeni yerine tek-kolon düzeni ile). Yapılanmış (giriş, metot, bulgular, vs.) ya da bir paragraflık metin halinde olabilirler. Sıklıkla makalenin ana metninden daha küçük punto ile bazen de farklı yazı karakteri ile yazılırlar.

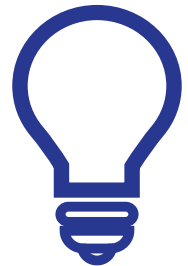
Kaynaklar

Bunlar sıklıkla ana metinden daha az önemli kabul edildiklerinden daha küçük puntolarla yazılırlar. Kaynakların yazı stilinin tutarlı olması çok önemlidir - en azından her makalenin kendi içinde.

Smart, P. 2005. Makale başlığı. Dergi Adı 55, 1-10

Smart P (2005) **Makale Başlığı**. Derg Ad. 55:1-10

Karışık stilde kaynaklar özensiz görüneceği gibi okuyucunun gerekli bilgiyi hemen bulmasını engelleyebilir ve çevrimiçi makaleye otomatik link girişini zorlaştırabilir. (Stil bir biçimlendirme konusu olmadığı halde redaksiyon aşamasında kontrol edilmesinin ve düzeltilmesinin gerekli olduğuna dikkat edin)



ANAHTAR NOKTALAR

Önemli bilgileri kaçırmak kolaydır.
Bu tuzağa düşmeyin!

Kısım D

DERGİ SÜRDÜREBİLİRLİĞİ

Bu bölüm, stratejinizin uygun olduğuna, yayınlanmaya ve gelişmeye devam etmek için gelirinin ve diğer kaynaklarının varlığını garanti altına almak için nelere ihtiyacınız olduğu ile ilgilidir.

Bölüm 13. Sürdürülebilirlik ve Yayın Politikaları

Derginin yazılı bir sürdürülebilirlik ve yayın politikası var mı? Bir dergi kurmak kolaydır, ancak tutarlı bir şekilde yüksek standartta yayın yayınlamayı sürdürmek daha zordur – açıkça belirtilmiş politika ve stratejileriniz var mı (Bölüm 1) ve işliyor mu?

Aşağıdaki listeyi kontrol edin:

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. İnsan kaynakları derginin çalışması için yeterli mi?			
2. Önünüzdeki iki yıl içinde emekliye ayrılacak ya da istifa edebilecek herhangi bir editör veya üretim personeli ya da gönüllüler için bir yedek planınız var mı?			
3. Derginin devamlılığı için yeterli geliriniz var mı?			
4. Derginin gelir ve giderlerinin net bir bilgisi var mı?			
5. Yayın veya editöryel strateji planınız var mı?			
6. Son iki yılda editör veya yayıncılık stratejinizi incelediniz mi?			
7. Son üç yılda derginin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirdiniz mi?			
8. Son üç yıl içinde dergi yayıncılığı modelinin (ör. basılı, çevrimiçi, abonelik temelli, açık erişim, vb.) bir değerlendirmesini yaptınız mı?			
9. Derginizi abonelik tabanlı kısıtlama ile yayınlıyorsanız, açık erişimi düşündünüz mü?			
10. Açık erişim izni ile gönderilen makaleleri yönetme politikanız var mı?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Aşağıdaki kaynaklara ek olarak, bu web siteleri ve kaynaklar yararlı olabilir:

- Armstrong, C, de Beer, J, Kawooya, D, Prabhala, A and Schonwetter, T (eds) (2010) Access to Knowledge in Africa: The Role of Copyright. UCT Press. www.idrc.ca/en/book/access-knowledgeafrica-role-copyright (Şubat 2017’de erişildi).
- Campbell, R, Pentz, E, Borthwick, I (eds) (2012) Academic and Professional Publishing. Oxford: Chandos Publishing.
- Cope, B and Phillips, A (eds) (2014) The Future of the Academic Journal, 2nd Edition. Elsevier.
- Cox, J and Cox, L (2009) Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers. Learned Publishing 22, 75–77.
- Directory of Open Access Journals (DOAJ): www.doaj.org (Ağustos 2017’de erişildi).
- Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME) (2011) The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. www.emro.who.int/entity/emame (Ağustos 2017’de erişildi).
- Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) The Handbook of Journal Publishing. Cambridge University Press.
- Scholarly Kitchen blog: scholarlykitchen.sspnet.org (Ağustos 2017’de erişildi).
- Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) Science Editors’ Handbook, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

Kaynak 13A: Dergi Finansmanı ve İşletme Yönetimi

Öz: Bir derginin (veya dergi grubunun) mali denetimi, kontrol editörü tarafından yönetilemese de, bir derginin durumunu hala etkileyebilir - ve bir derginin varlığını sürdürmesi için geliri yoksa hiçbir değeri de olmayacağı için bu durum derginin yararındır.

Dergi geliri

Bir derginin geliri farklı kaynaklardan ve yıl boyunca farklı zamanlarda gelebilir.

Reklam - ilan verildikten sonra ödenir - bu, dergi sürümünden (reklam verenler, reklamlarını kaç kişinin göreceğine ve bu kişilerin kim olacağına bağlı olarak verirler) ve derginin saygınlığından etkilenir (yüksek kaliteli bir dergi, düşük kaliteli olandan daha fazla reklam çekecektir).

Abonelikler - dergi ulaşmadan önce ödenir. İdeal olarak, bir önceki yılın Eylül / Ekim ayında ödenir, bununla beraber takvim yılına kadar birçok gecikme ödemesi yapılır. Kütüphane bütçelerinden etkilenirler, ancak abonelikleri elde tutmanın, yenilerini elde etmekten daha kolay olduğunu belirtmek gerekir.

Eski sayı satışları - sipariş verildiğinde ödenir – çoğu dergi için bu gelir azalma eğilimindedir.

Sayı satışları - bazı dergiler sayıları ayrı ayrı satarlar ve gelirin bir kısmı bunlardan oluşabilir.

Sponsorluk, hibe vb. - bunlar yıl içinde herhangi bir zamanda elde edilebilir.

Yazar ücretleri (bunlar yazar tarafından ödenmeyip, yazarın kurumu tarafından ödenebilse de) – Eğer dergi, yazı gönderme, kabul veya bazı içerik tipleri için (ör. renkli basım) ücretli ise, bunlar genellikle yazının kabulünden sonra, basımdan önce ödenir.

Banka masrafları her ne kadar negatif tutar olsa da gelir çizgisine dahil edilebilir.

Dergi geliri, derginin kârlılığını artırmak için en büyük potansiyele sahip yenilikçi fikir alanıdır.

Gelirin etkilemesi

Yeni gelir sağlama yollarını belirleyebilir misiniz? - Örneğin.

- Sponsorlu sayılar
- Sponsorlu yazılar
- Sponsorlu dağıtım
- Bir sayı için, birçok sayı için?

"Aynı" kaynak temin edebilir misiniz - ör.

- Bölüm sekreterinin kullanımı
- Posta göndermek, yazmak, vb. için ara sıra personel kullanmak
- Kurumsal posta kullanımı (posta masraflarını karşılamak için)
- Kurumsal web sitesinin kullanımı - çevrimiçi dergiye ev sahipliği yapmak
- Kurumsal teknik eleman ve ekipman kullanımı

Gelir artırmak için fikirler

- Özel teklifler
 - “2018’e abone olun ve tüm 2017 sayılarını ücretsiz alın”
 - Diğer yayınlarla bir araya getirme - ör. “X dergisini ve Y kitabını, birleştirilmiş bir Z fiyatla satın al”
- Yeni pazarlara yaklaşmak
 - Hedefli pazarlama
 - Derginin içeriğini değiştirme
- Üyeliklerini abone etmek için diğer dernekler ile bağlantı kurma
- Ticari sponsorluk teklifleri
- “Bir ilan sizden, bir ilan bizden”
- Yazı satışları
 - Belirli yazılarla şirketlere yaklaşma
 - Yazı ısmarlama (yazı göndermeleri için şirketleri davet etmek)
- Sponsorlu özel sayılar
 - Yıl içinde çıkarılan ilave sayılar - genellikle konferanslara veya özel konuları temel alır- ücreti konferans organizasyonu veya diğer belirli şirketler veya kuruluşlar tarafından karşılanır.
- Konferanslar
 - Özel sayılar bazen sadece konferans özetlerinden oluşur – ücreti konferans organizasyonu veya diğer belirli şirketler veya kuruluşlar tarafından karşılanır.
- Temalı konular
 - Bunlar genellikle daha fazla reklamcı veya toplu satış çeker ve ayrıca dışarıdan bir şirket tarafından desteklenebilir.
- Abonelik fiyatı - bu fiyat optimize edilmiş mi?
 - Minimum abonelik fiyatı hesaplaması:
- Dergiyi basmanın toplam maliyeti eksi alınan herhangi bir finansman bölü satılabileceğinizi düşündüğünüz kopya sayısını (bastırdığınız değil)
 - Not: Ayrıca, fonlamanın geri çekilebileceğini de unutmamalısınız ve bu, alabileceğiniz minimum tutarı etkileyecektir.
- Abonelik listelerinin doğru olarak yönetilmesi ve gelirlerin toplanması
 - Yenileme mektupları gönderiyor musunuz?
 - Ödemeyen alıcılara bile mi?
 - Faturalandırmayı ne zaman yapıyorsunuz? (Yeterince erken mi?)
 - Ödenmeyen faturaları takip ediyor musunuz?
 - Faturaların ödenmemesi durumunda iptal ediyor musunuz?
- Kredi öneriyor musunuz?
 - Yayınlanmayan sayılar için?
 - Geciken yayınlanma için?
- Ortaklık
 - Ciltlerinizi başka bir yayıncının sunduğu tekliflerle birlikte satım (yani bir grup yayın satın alan aboneye imtiyazlı fiyat)
 - Satış/dağıtım yapmak için ticari bir yayıncı kullanın
 - Ticari satıcı kullanın (satış değerinin yüzdesine göre ödeme yapın)
 - Uluslararası ajanları ve satış güçlerini kullanın

Dergi masrafları

Bir dergi işlemine ayrılan maliyetler genellikle şunları içerir:

- Dizgi (sayfa tasarımı ve hem basılı hem de çevrimiçi dosya üretimi dahil)
- Baskı
- Sayfa edisyonu
- Yayın kurulu ofisi masrafları
- Yayın kurulu hizmet ücretleri
- Yayın kurulu toplantı masrafları
- Promosyon maliyetleri
- Web sağlayıcısı
- Yayın kuruluşlarının üyelikleri, ör. Crossref (DOI için)
- Dağıtım ve satış maliyetleri

Kontrol maliyetleri bir derginin karlılığı için hayati önem taşır.

Etki bedeli

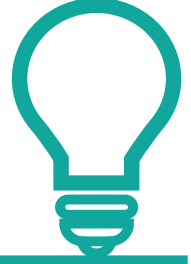
- İletişim maliyetleri
 - Posta ücretlerini azaltın (E-posta kullanımı? Faks?)
- İdari masraflar
 - İş akışı – gerekli süreyi (ve kişileri) azaltın
 - Raporlamayı en aza indir - dergide yapılan tüm çalışmaların gerekli olduğundan emin olun ve doğru kullanılmasını sağlayın
- Doğrudan maliyetler
 - Destekleyen şirketlerden size değer vermesini sağlayın - alternatif destek olabilecek şirketleri düzenli olarak araştırın
 - İyi ödeme kontrolü sağlayın - faturaların doğru olduğunu kontrol edin, çok erken ödeme yapmayın
- İş akışı ve destekleyen şirketlerden istenenler
 - Daha basiti daha uygun olduğunda, destekleyen şirketlerin pahalısını istememesini sağlayın.
 - Destekleyen şirkete yapılan taleplerin makul olduğundan ve ek ücrete tabi tutulmadığından emin olun.
 - Tasarruf yapıp yapılamayacağını öğrenmek için destekleyen şirket ile görüşün (ör. basım için daha ekonomik olacak bir format değişikliği veya daha ekonomik bir kağıt).
- Tasarım ve format
 - Tasarımın ve formatın üretim maliyetlerini arttırmadığından emin olun (ör. belki de sayfa tasarımı ayarlanması zaman alıcıdır)
- Miktarlar, sıklık, boyutlar
 - Gerekl olmayan kopyalara ücret ödemesini önlemek için yazdırılan miktarlardaki değişiklikleri göz önünde bulundurun.
 - Dağıtım maliyetlerini düşürmek için sıklıktaki değişiklikleri göz önünde bulundurun
 - Sayıların sayfa boyutunu araştırın, ekonomik olduğunu kontrol edin (destekleyen şirket ile konuşun) - bazen 112 sayfa basmak 108 sayfa basmaktan daha ucuza gelebilir.
- Ortaklık
 - Diğer yayınlarla/dergilerle bağlantıyı düşünün
- Destekçiyi paylaşın (etkin müzakere)
- Dağıtımı paylaşın
- İdari desteği paylaşın
 - Diğer dergilerle bağlantıyı düşünün
- Başlıkların birleştirilmesi?

Gizli ve ebeveyn organizasyon masrafları

“Aynı finansman” gibi gizli masraflara dikkat edin – bazı durumlarda elinizden gidebilir, kurumunuzun/enstitünüzün “iyi niyet”ine ne kadar bağlı olduğunun farkında ve bilincinde olmalısınız. Örneğin:

- Personel / zaman
- Ofis alanı
- Genel giderler

Ayrıca, kurumunuzun dergiye yapılan ödemelerden azaltma yaparak size bir miktar bedel ödeyebileceğine de hazırlıklı olun (ör., kendi genel giderlerini karşılamak için dergiye yapılan tüm ödemelerin %25'ini alıyarak)

**ANAHTAR NOKTALAR**

- Dergilerin hayatta kalmak için biraz paraya ihtiyaçları vardır - ancak bunun yönetimi, sürdürülebilirlik açısından çok önemlidir.
- Gizli para, borç veya ana kuruluştan bağış desteğini almayın.
- Maliyet verimlilikleri ile ilgili tavsiyeler için harici destekçilere danışın.
- İnsani ve finansal tüm kaynakların nasıl kullanıldığına dikkat edin.

Kaynak 13B: Derginizi Değerlendirin (önemli sorular ve göstergeler)

Öz: Bir dergi editörünün/yöneticisinin önemli bir sorumluluğu, dergilerinin ne kadar başarılı olduğunu ve yıkımdan kaçınmak ya da sadece daha güçlü ve başarılı olmak için bir şeylerin yapılması gerekip, gerekmediğini periyodik olarak değerlendirmektir. Bu belge, bu soruna yardımcı olmak için, bazı zor sorular sormak ve bir derginin az çok başarılı olup olmadığını değerlendirmek için kullanılacak bazı göstergelerin listelenmesi için yazılmıştır.

Derginiz ne kadar güçlüdür – şu anki haliyle ne kadar sürdürülebilirdir?

Dürüstçe geleceğe bakıp, kısa ve orta vadede, derginin hayatta kalması için yeterli fon ve desteğin olduğunu görebiliyor musunuz? Mevcut iş modeliniz, derginin devam etmesine izin vermek için yeterli miktarda fon sağlıyor mu, yoksa fonlama güvensiz mi? Eğer kısa vadeden orta vadeye güvende değilseniz, o zaman bir şeyleri değiştirmelisiniz - aktif olarak bunu değiştirmek için bir şey yapmazsanız durumunuzun iyileşme olasılığı yoktur – günü kurtarmaya yönelik işlere güvenemezsiniz – bu, yayın kuruluna, yazarlarınıza veya okuyucularınıza karşı adil değildir.

Derginiz, yüksek kaliteli gönderimleri çekmekte ne kadar iyi?

Yeterli kalitede kaç başvuru alıyorsunuz? Onlar nereden geliyorlar? Kaç makaleyi reddediyorsunuz - ve daha yüksek kaliteli makaleler alsanız kaç tanesini reddederdiniz? Yazarlar sizin hakkınızda bilgi sahibi değilse, makalelerini göndermeyeceklerdir. Sizin hakkınızda bilgi sahibi olurlarsa, ancak makaleleri işlemek için uzun zaman aldığınızı, yeterince insanlara ulaşamadığınızı ve çalışmalarının yüksek profilli bir dergide basılmayacağını düşünürlerse, o zaman size en iyi çalışmalarını göndermezler.

Daha iyi başvurular istiyorsanız, yazarlara verdiğiniz hizmeti geliştirmek için harekete geçmelisiniz - örneğin (1) çalışmalarının daha iyi dağıtımını, (2) daha hızlı yayın, (3) derginiz için daha iyi bir itibar (örneğin kalite, sıklık) ve (4) daha iyi kurallar.

Düşük kaliteli makaleler yayınlıyor musunuz?

Sert kararlar alıyor ve yeterince iyi olmayan yazıları reddediyor musunuz, yoksa kalitesiz olduğunu bildiğiniz materyalleri yayınlamaya razı mı oluyorsunuz? Hakemlerinizden veya editörler kurulundan yazıların kalitesine dair yeterince iyi tavsiyeler alıyor musunuz? İyi ya da kötü kararlar veriyorlar mı? Yazıları reddetmekten korkuyor musunuz?

Potansiyel okuyucuların derginizi bulup okuması ne kadar kolay?

Başka bir ülkedeki bir okuyucu derginizde makaleler bulabilir mi? Dünya çapında görünürlüğünüz var mı? Sadece derginizin basılı kopyalarını alanların varlığını haberdar olmaları oldukça olasıdır. Artan sayıda araştırmacı, içeriği bulmak için internet'i kullanır ve arama yaptıkları yerlerde (çevrimiçi arama motorları, uluslararası ve kütüphane indeksleri) yoksanız sizi bulamazlar.

Derginiz ne kadar düzenli yayınlanıyor? - Yayınlanan bir programa uyuyor musunuz?

Zamanında yayınlıyor musun? Sizin zamanında tanımınız nedir – kapaktaki yıl mı, yoksa ayın birkaç haftası mı? Batılı bir perspektifte, kapağında Haziran ayı yazan bir derginin 30 Haziran'dan sonra herhangi bir zamanda basılması – geç basımdır. Batılı araştırmacıların ve kütüphanelerin zamanında yayınlanmanın ne kadar büyük önem arz ettiğini ne kadar vurgulasanız azdır. Birçok dergi yayın programına uymaz ve bu da potansiyel abonelerin gözünde güvenilirliklerini etkiler - insanlar güvenemeyecekleri bir programa göre yayınlanan yayınlar için ödeme yapmak istemezler - ve çoğu kütüphaneci eğer zamanına yayınlanmıyorsa paralarını geri talep eder.

Mevcut aboneliğinizin gerçek değeri nedir?

Mevcut aboneliklerin değeri konusunda gerçekçi olmak önemlidir: Gelir getirmelerine rağmen, birilerinin faturalarını şişirmenin, ödenmeyenlerin takibini yapmanın, paranın makbuzlarını yönetmenin, soruşturmalarla uğraşmanın bedelini ödersiniz. Buna bir de banka masraflarına eklenir. Gelir büyük miktarda bir para olsa da – dergi çıkarmak ve yönetmek gelirden daha fazla tutarsa, dergi, aldıkları her abonelik için zarar eder. Aboneliklerinizin değerinin gerçek maliyetlerinizden ağır basma ihtimali yoktur - özellikle de bazı masraflarınız ana kuruluşunuz tarafından ödeniyorsa.

Gelir toplama sistemleriniz ne kadar iyi?

Mevcut idari sistemleriniz verimli bir şekilde para toplar mı? Derginin kopyalarını sadece ödeme yapan kişilere mi gönderiyorsunuz? Yoksa iyi niyete mi güveniyorsunuz, insanlar dergiyi aldıklarında mı öderler? Bunlardan sadece 100 tanesinin size ödeme yapması halinde 200 aboneniz olduğunu söylemek doğru değil - bu durumda sadece 100 aboneniz var ve 100 kişiye ücretsiz kopyalar veriyorsunuz!

Eğer iyi bir gelir toplama sisteminiz yoksa o zaman onları geliştirmenin, derginin pozisyonunu iyileştirip iyileştiremeyeceğini veya derginin mali şartlarını karşılamayan bir gelir kaynağına daha fazla yatırım yapıp yapmayacağınızı sorgulamanız gerekir.

Abonelikleriniz artırılabilir mi?

Kaç tane derginin olduğunu bilmiyoruz - tahminler 28.500 ile (2015 STM raporuna bakınız: www.stm-assoc.org/2015_02_20_STM_Report_2015.pdf) 100.000'in üzerindedir (ISSN Ajansı'na kayıtlı olarak). Son 30 yılda, araştırma ve araştırma yayınlarında büyük bir küresel büyüme yaşanırken, çoğu durumda kütüphane bütçelerinde kesintiler olmuştur (hem Batı'da hem de gelişmekte olan ülkelerde). Bu nedenle, kütüphanelerin istedikleri yayınlanmış araştırmayı satın alması imkansız hale gelmiş ve böylece herhangi bir derginin aboneliği arttırması gittikçe zorlaşmıştır.

Bunu çözmek için, LDC dergileri geç yayınlama, kalitesiz olma ve sık sık yayınlamayı durdurmada şöhrete sahiptir - bunların hepsine, güven eksikliği ve ödeme isteksizliği neden olmuştur. Gelişmekte olan ülkelerdeki kütüphaneler, genellikle batı dergilerine (INASP, Research4Life ve diğer girişimler aracılığıyla) ücretsiz ya da büyük oranda indirimli çevrimiçi erişim sağlarlar ve bu nedenle, bu kütüphaneler kullanıcılarına başka kaynaklar sunabildikleri sürece, güvenilir yerel yayınlara para harcamaya daha az ihtiyaçları vardır.

Kendinizi daha sürdürülebilir hale getirmek için aboneliklerinizi arttırmayacak olursanız, dergiyi daha fazla abonelik bulabilmek için derginizi veya ekonomik modelinizi değiştirmeniz gerekir.

Derginizi dürüstçe değerlendirirseniz, başka hangi soruları kendinize sormanız gerekir?

Dergi sağlığı

Bir derginin "sağlığı", derginin geçmişte ne kadar başarılı olduğuyla karşılaştırılmasının bir ölçütüdür. Bu nedenle, derginin bir "anlık görüntüsünü" alarak bunu değerlendirmek mümkün değildir - örneğin kaç aboneye sahip olduğu - üç yıl öncesine kıyasla şimdi kaç aboneye sahip olduğunun karşılaştırması yapılmalıdır. Derginizin sağlığındaki değişiklikler, aşağıdakiler de dahil olmak üzere çok sayıda faktörle tanımlanabilir:

- Yazı gönderimleri
 - Artan/azalan
 - Coğrafik yayılım
 - Kalite değişiklikleri
 - Konu değişiklikleri
- Abonelik düzeyleri
 - Artışlar veya azalışlar
 - Coğrafik yayılım
 - Geç ya da ödenmeyen

- Editöryel ofis performansı
 - Değerlendirme dönüşleri,
 - Kabul / ret oranı
 - Zamanında raporlama
- Etki
 - Derginin farkındalığı (subjektif)
 - Endekslerde sıralama (endekslenmişse)
 - Atıf düzeyleri
 - Okuyucular ve yazarlarla iletişim
- Yayın performansı
 - Zamanında yayın
 - Yazım hataları (ve yazım ile ilişkili olmayan hatalar)
 - Kalite değişiklikleri (editöryel ve fiziksel)
 - Abonelerden gelen şikayetler (veya övgüler)
- Okur istatistikleri (en kolay çevrimiçi yayında)
 - Web sitesi indirmeleri
 - E-posta uyarıları için kaydolma
 - En popüler makaleler
 - Resmi okuyucu anketi
- Rakip analizleri
 - Konu alanınızda yayın yapan dergilerin sayısı
 - Benzer dergilerin başarı/başarısızlığı
- Finansal performans
 - Değişen zarar/kâr
 - Artan/azalan maliyetler
 - Artan/azalan gelir



ANAHTAR NOKTALAR

Yayıncılık ciddi bir iştir ve derginin başarısını değerlendirmek, etkili gelişim stratejisinin önemli bir parçasıdır.

Kaynak 13C: Dergi Geliştirme - Fikirler

Öz: Bir derginin mevcut uygulamasını geliştirmek için takip edebilecekleri birçok fikir vardır ve aşağıdaki listeler bazı fikirler önermektedir.

Yaratıcı olun, radikal olun - mevcut uygulamalarla kısıtlanmayın

Editöryel

- Editörü değiştir
- Editöryel yapıyı değiştir
- Editör yönetim ve işleyişini değiştirmek
- Yeni hakemlik sistemleri oluşturmak
- İçerik geliştirme / çeşitlendirme?
- Özel sayılar
- Temalı sayılar
- Yeni konu bölümleri
- Yazı çağrıları
- İkinci dil çevirileri

Yedekleme yönetimi

- Öğrencileri ve genç araştırmacıları işe alın
- Lisansüstü öğrencileri üçüncü yorumcular olarak kullan
- İnceleme kararlarında hakemleri dahil et – yayın kuruluna davet et

Üretim

- Verimliliğe bakın
- Üretim yönetimini değiştirin
- Yeni iş akışları
- Stil ve tasarım
- Artan / azalan sayfalar
- Baskıdaki renkli sayfalara imkan verin veya azaltın

Mali işler

- Tasarruf
- Yeni gelir akışları
- Dış kaynak kullanımı

Tedarik yöntemleri

- Yazdır - kullanılabilir alternatif teknolojiler / matbaalar var mı
- Yıllık CD oluşturun
- Çevrimiçi olun
- Arşiv sayılar üretin
- Sadece çevrimiçi olun (baskıyı iptal edin)

Yazar desteği

- Rehberler
- Çalıştaylar

İçerik

- CPD (Sürekli Mesleki Gelişim) materyalleri
- Çevrimiçi ek bilgiler
- Ek bilgi basın

İşbirliği ve gelişim

- Yeni "kardeř" veya "yavru" dergi
- Diğer dergiler veya dernekler ile ortaklıklar
- Başka bir dergi ile birleřin

Görünürlük

- Deđiřik pazarlama faaliyeti
- Çalıştaylar, etkinlikler, basın bültenleri, sosyal medya

Derginizi kapatın



ANAHTAR NOKTALAR

Geliştirme, yaratıcılık, iyi fikirler ve iř bitiricilik gerektirir.

Kaynak 13D: Çevrimiçi Tam Metin Dergi Yayıncılığı Modelleri

Öz: Çevrimiçi ortamda uygulanabilecek farklı yayınlama modellerinin tanıtımı ve yayıncıların yaşadığı sorunlara bir çözüm sunabilir (örneğin, basım için finansman, yazı başvurusu eksikliği, vb.).

Bu doküman hangi çevrimiçi yayınlama modelinin sizin spesifik derginize en uygun olduğunu düşünmeden önce yazılmıştır ve aşağıdakilere sahip olduğunuz öngörülmüştür:

- Mevcut yayıncılığınız "iş" olarak değerlendirildi.
- Çevrimiçi yayıncılık hakkında bilginiz olduğu ve
- Açık Erişim ilkesini anlamış olduğunuz. (Bu bölümde "Açık Erişim" in en serbest tanımında kullanıldığını ve sadece erişimin ücretsiz olduğu anlamda kullanıldığını unutmayın.)

Aşağıdaki modeller, kurulu yayın modelinde değişiklik önerileri olarak önerilmiştir.

Açık / Kapalı erişim modellerinin kombinasyonları olduklarını ve hepsinde derginin basımına devam ettiğinizi varsayalım (son model hariç).

1. Mevcut yayınlama modelinize devam edin, ancak bir erişim denetiminin arkasındaki çevrimiçi metni tam metin olarak yayınlayın (**Kapalı erişim**)
2. Model 1'i takip edin, ancak önceki yılın sayılarını/ makalelerini tam metin çevrimiçi olarak yayınlayın Açık Erişim (AE) (**Gecikmeli açık erişim**).
3. Model 1'i takip edin, ancak seçilen bazı metin makalelerini çevrimiçi yayınlayın, AE (**Seçili veya karma AE**).
4. Mevcut yayınlama modelinize devam edin, ancak tüm çevrimiçi metinleri açık erişim yayınlayın (**AE yayıncılığı**).
5. Her bir sayıyı tam metin olarak yayınlayın, AE - açık zaman çizelgesi - çevrimiçi. Her sayıyı yalnızca para kaynağı izin verdiğinde bastırın (**sık yayınlayın, seyrek bastırın**).
6. Her makaleyi çevrimiçi yayınlayın AE, yayınlanmak üzere hazır olur olmaz - bir sayı için elinizde tutmayın (**Makale makale yayınlayın - akış yayıncılığı**).
7. Model 1 veya model 4'ü takip edin, aynı zamanda kabul edilen makaleleri basım öncesi çevrimiçi hale getirin, sayı seçimini ve basımı bekleyin (**Basım öncesi makaleler**).
8. Basılı yayını iptal edin ve sadece çevrimiçi yayınlayın - yukarıdaki 1, 4, 6 veya 7 numaralı modelleri kullanarak (**Sadece çevrimiçi**).

Bunlar yalnızca önerilerdir ve bir model diğer modellerle birleştirilebilir ve dergi, kendi yayını için artık uygun olmadığına karar verdiğinde, gelecekte herhangi bir zamanda işleyişini değiştirebilir.

Model 1: Kapalı erişim

Gerekçe

Derginizi çevrimiçi olarak sunmayı sağlayın ancak aidatınızı korumak için içeriğin güvenilir şekilde, erişimin ödeme yapılmadan elde edilemeyeceği bir web sitesinde bulunmasını sağlayın.

Model

Sadece yetkili kullanıcılara (aboneler, diğer akredite edilmiş kullanıcıların listesi, örneğin yayın kurulu) yanı sıra kredi kartlarını kullanarak çevrimiçi olarak tek tek makaleler için görüntüleme başına ödeme yapabilecekleri güvenli bir site içinde her sayının yayınlanmasıyla derginin de çevrimiçi olarak yayınlandığından emin olun.

Finansman

Asıl kurulumun çevrimiçi içeriğe erişiminin "satıldığı" - (i) mevcut baskı abonelerine çevrimiçi erişim için ödenecek ek miktarları, (ii) online erişimin basılmış dergiden ayrı olarak satılması ve (iii) "satış başına ödeme" sunarak makale satışlarını ücretlendirmek. (Ancak, olası satışlar beklenenden daha küçük olabileceğinden, finansal modelin dikkatli bir şekilde düşünülmesi gerekecektir.)

Bu modelin dezavantajları

Mevcut aboneleriniz, çevrimiçi dergiye ödeme yapmakla ilgilenmeyebilir ve abone olmayanlar içerik için ödeme yapmak konusunda isteksiz olabilir.

Model 2: Gecikmiş açık erişim

Gerekçe

Tüm okuyucuların, daha önce yayınladığınız arşiv makalelerini, mevcut abonelik ücretini tehlikeye atmadan en iyi şekilde görmelerini sağlamak için kullanmasına izin vermek.

Model

Açık erişimin gecikme zamanını belirleyin (1 yıl? 2 yıl?) Model 1'i takip edin, ancak onaylanan tüm arşiv sayılarının Açık Erişimi için bir sistemin yürürlükte olduğundan emin olun.

Finansman

Öneri 1 olarak: Ancak, serbest sayılardan herhangi bir gelir elde edilmediğinden, buradaki olası zararlar göz önünde bulundurulmalıdır (ve serbest makalelere erişimin izin vermesiyle elde edilen kazanç karşısında dengelenmelidir).

Bu modelin dezavantajları

Eski sayıların satışını kaybedebilirsiniz.

Model 3: Seçilen Açık Erişim - veya Hibrit dergiler

Gerekçe

Örneğin belirli makalelere erişimi sağlamak için (i) özellikle ilgi çekici makaleler (ör., ufuk açan makaleler), (ii) dergiyle ilgili genel bilgiler sağlayan makaleler (ör. Editöryel) veya (iii) yazarların (veya fon sağlayıcıların) makalenin çevrimiçi yayınlanmasını istedikleri makalelere ve bu işlevsellik için dergiye ödeme yapmaya istekli olduklarında.

Örnek Dergiler

Wiley'in çoğu dergisi, örnek olarak bk. Tropical Medicine & International Health:

[onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1365-3156](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1365-3156)

Model

Öncelikle, internet sunucunuzun seçilen makalelerde erişim denetimlerini gerçekleştirebildiğinden emin olmanız gerekir. 1. modeli takip edin, ancak aşağıdaki tanıtlardan biriyle ilerleyin (ya da her ikisiyle):

- **Seçenek 1**, hangi tip makalelerin açık erişimle yayınlanacağına karar verin (örneğin editöryel) ve bunu kolaylaştırmak için bir sistem oluşturduğundan emin olun.
- **Seçenek 2**, yazarlara makalelerinin hemen açık erişim yayınlanması için bir ücret önerin - dergi tarafından belirlenen - Batı dergilerindeki örnekler 500-2500 ABD Doları, bazı Afrika dergileri 50 ABD dolarıdır). Yazar ödemelerini yerinde yönetecek bir sisteminiz olduğundan emin olun.

Finansman

Seçenek 2 seçilirse abonelerden ve yazarlardan hala finansman sağlanacaktır. Abonelik fiyatlarının açık içeriğin miktarını yansıtması gerektiğine dikkat edin - derginin yaklaşık %50'si açıkça, ör. abonelik ücretini düşürmemek haksızlık olacaktır.

Bu modelin dezavantajları

Bazı abonelerin, ücretsiz makalelerden istediklerini elde edebileceklerini hissettikleri takdirde aboneliklerini iptal etme olasılığı vardır: Seçenek 2'nin dezavantajı, bazı yazarların makalelerinin açık erişim olarak yayınlanması için ödeme yapma konusunda isteksiz olmalarıdır ve makalelerini, bu hizmeti ücret karşılığı olmadan yapan (veya daha az parayla) başka bir dergiye göndermeleridir.

Model 4: Açık erişim yayıncılık

Gerekçe

Daha fazla okuyucu ve alıntıyı teşvik etmek için dergi tüm içeriğini, yayınlanma anından itibaren Açık Erişim yapacaktır. Bu, özellikle yazarlar (potansiyel olarak geniş okur kitlesi) ve okuyucular (erişim engeli yok) için çekici olabilir.

Örnekler

BioMed Central tarafından basılan tüm yayınlar- www.biomedcentral.com

Model

Mevcut üretim planını takip etmek için, ancak "basıma hazır" aşamasında, sayıyı çevrimiçi yayınlayın ve herhangi bir basılı aboneliği yerine getirmek için basılı kopyaları gönderin (baskı kopyaları için hala bir ücret talep edilmelidir).

Finansman

- **Seçenek 1:** Dergi, çevrimiçi yayıncılığın kendisini, basılı abonelerden gelen fonlardan ya da bir fonlama kuruluşundan (sahip olunan dernek veya ayrı bir hibe) bir sübvansiyondan finanse etmelidir.
- **Seçenek 2:** Dergide makalesi bulunan yazarlardan bir yayın ücreti talep edilebilir. (Bir kabul ücreti veya belki de küçük bir başvuru ücreti, artı kabul edilen makaleler için bir ücret - kabul edilen makaleler için ücret genellikle Makale Yayını Ücreti veya MYÜ 'dir). Bazı dergiler yazarların MYÜ ödememesi için, yazarların kurumlarını yıllık ücret ödemesi için davet eder. Bu genellikle kurumdaki beklenen makale sayısına dayanır. Bazı diğer modeller basılı dergiye abone olan kurumlardan başyüran yazarlar için MYÜ den vazgeçmiştir. Fiyatlandırma genellikle Model 3 için belirlenir.

Dezavantajlar

Yazarlar veya kurumları yayın ücreti ödemekte isteksizse (veya yapamaz ise) veya derginin kaynak kuruluşu dergiye para vermek istemiyor ise finansman modeli sürdürülemezdir.

Model 5: Sık yayınla, seyrek bas

Gerekçe

Bu, derginin, basılı dergi sayısı için yeterli sayıda makale olmasa veya dergiyi basmak/dağıtmak için yetersiz kaynak olsa bile programa uygun olarak (ve bu nedenle hem yazarlara hem de okuyuculara güvenilirliğini artırır) yayınlanmasını sağlar.

Model

Mevcut üretim planını takip etmek için ancak "yazdırmaya hazır" aşamasında, sayıyı çevrimiçi yayınlayın ve ancak bütçe basıma izin verdiği zaman ve basım için uygun plan takvimi (belki iki yılda bir) oluşana kadar dosyaları baskı için saklayın.

Finansman

Tam metne erişimin "açık" veya "kapalı" olmasına bağlı olarak, finansman ya abonelerden gelecek (Model 1 deki gibi) ya da Açık Erişim modelinde olduğu gibi (4) fon verenler / yazarlar / destekçilerden gelecektir.

Dezavantajlar

Bazı yazarlar ve kurumsal kuruluşlar dergi baskısının düzensizliğinden memnun olmayabilirler.

Model 6: Makale makale yayınlama

Gerekçe

Bazı araştırma alanlarında, yayınların hızı, yazarlar için hayati önem taşımaktadır ve bu model, makalelerin yayınlanmaya hazır hale geldiği anda, sayının derlenmesini beklemeden (dergi seyrek yayın yaptığındaki özel bir sorun) çevrimiçi yayınlama sağlar.

Örnek Dergi

Journal of the International AIDS Society: www.jiasociety.org/index.php/jias

Model

Üretim metodolojisi değiştirilmeli, böylece sayfa düzenlenene kadar her bir yazı kendi planını takip eder ve bu noktada çevrimiçi olarak (açık veya kapalı erişim) yayınlanır. Atıf için derginin ya DOI'si¹ kullanması ya da sıralı bir temelde sayfalanması gerekmektedir (yani yayınlanan her makale gruplandırılmadan sıralı olarak numaralandırılır). Belirli bir bölüm / sayıya tahsis, bir tarih esasına göre yapılabilir. Ör. Ocak-Haziran ayları arasında yayımlanan her makale Sayı 1'e tahsis edilmiş olup, Temmuz-Aralık ayları arasında yayımlanan her makale 2. sayıya ayrılmıştır.

Basım için ilgili sayının/bölümün "kapanış" tarihinden sonra herhangi bir zaman fonlar izin verdiğinde sayı ya da bölüm basılabilir.

Finansman

Tam metne erişimin "açık" veya "kapalı" olmasına bağlı olarak, finansman ya abonelerden gelecek (Model 1 deki gibi) ya da Açık Erişim modelinde olduğu gibi (4) fon verenler / yazarlar / destekçilerden gelecektir.

Dezavantajlar

Eksik sayfa numaraları bazen atıfta soruna neden oluyor.

Model 7: Yayın öncesi makaleler

Gerekçe

Çoğu dergi yılda bir ya da iki sayı yayınlar, bu da yazarların kabul edildikten sonra yayınlanmış makalelerini görmek için uzun süre beklemek zorunda kalabileceği anlamına gelir. Yazarlara makalelerini önceden yayınlama ek hizmeti sunmak için, derginin web sitesinin belirli bir alanı yayınlanmak üzere bekleyen makaleleri barındırmak üzere ayarlanabilir. Genellikle bunlar, üretimden geçmiş olan ve "basılmak üzere tutulan" (yani seçim ve sayfalama için bekletilen), ancak son versiyon olan (sadece sayfa numaralarının eksik olduğu) makalelerdir.

Model

Bir makale dizgisi, baskı provası ve düzeltme yapılmışsa ve "basılmak üzere" tutulduğunda, sitenin bir yayın öncesi alanına yüklenecektir. Etkin bir şekilde yayınlandıkları ve alıntı için bir DOI aldıklarından bu noktadan sonra düzeltilemezler. Örnek olarak bk.; [onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1741-4857/earlyview](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1741-4857/earlyview).

Üretim süreçleri değiştirilmeli, böylelikle makaleler düzenlendikten ve düzeltildikten sonra, web sitesine (genellikle bir PDF dosyası olarak) eklenir ve bir sayı seçildikten ve yayımlandıktan sonra, web sitesinin bu alanından kaldırılırlar ve sayı sayfasında görünürler.

Finansman

Tam metne erişimin "açık" veya "kapalı" olmasına bağlı olarak, finansman ya abonelerden gelecek (Model 1 deki gibi) ya da Açık Erişim modelinde olduğu gibi (4) fon verenler / yazarlar / destekçilerden gelecektir.

Dezavantajlar

Yayın öncesi model, genellikle sadece yazarlar tarafından önemlidir fakat okurlar tarafından o kadar da ilgi çekmez (çok hızlı hareket eden bazı disiplinler dışında). Bu nedenle bir yayın öncesi sitenin kullanılması hayal kırıklığı yaratabilir ve küçük bir karşılıkla dergiye ek bir maliyet getirebilir. Bazı yazarlar - özellikle patent sürecinde çalışması olanlar - cilt, sayı ve sayfa numaraları belirlenmeden yayın öncesi makalelerinin görünmesini istemeyebilir.

Model 8: Sadece Çevrimiçi**Gerekçe**

Dergilerin sadece çevrimiçi yayınlanabilmesi giderek artan bir şekilde kabul görmektedir. Bunun nedeni, derginin basılı yayını destekleyecek fonlara sahip olmaması veya çevrimiçi kaynakların kullanımının basılı derginin artık gerekli olmadığını hissetmesi olabilir.

Örnek Dergi

African Journal of Biotechnology www.academicjournals.org/AJB

First Monday firstmonday.org

Model

Yalnızca çevrimiçi bir dergiyi yayınlamak için bir basılı dergideki aynı editöryel süreçler (makalelerin, editörlerin kalitesinin vb. seçilmesini sağlamak için) gerekiyor olsa da, üretim süreçleri revizyon gerektirir. Burada - tekrar - iki seçenek var:

- **Seçenek 1:** Tasarımı, basılı bir dergi için olduğu gibi yazı dizini, vb. makaleleri aynı düzende sunmak - ancak bunları yazdırmamak, çevrimiçi yayınlamak - böylece çevrimiçi dergi basılı bir derginin bir kopyasıdır (bk. yukarıdaki African Journal of Biotechnology)
- **Seçenek 2:** Çevrimiçi yayın için kabul edilen her makaleyi düzenlemek ve HTML'ye dönüştürmek (ör. yukarıdaki First Monday'e bk.)

Finansman

Tam metne erişimin "açık" veya "kapalı" olmasına bağlı olarak, finansman ya abonelerden gelecek (Model 1 deki gibi) ya da Açık Erişim modelinde olduğu gibi (4) fon verenler / yazarlar / destekçilerden gelecektir

Dezavantajlar

Bazı yazar ve kurumlar hala basılı kopya isteyebilir.

**ANAHTAR NOKTALAR**

- Artık çevrimiçi yayınlama için farklı yayınlama modelleri kullanma fırsatı var - en iyi finansal kullanımı sağlamak ve görünürlük için İnternet'i en iyi şekilde kullanmalı.
- Açık erişim, çevrimiçi yayınlama için normal bir model haline geliyor.
- Basılı dergiler, araştırmacıların bilgi bulmak için giderek daha fazla çevrimiçi kaynak aramasıyla daha da seyrekleşiyor.
- Derginin itibarına zarar vermeden farklı modellerle denemeler yapmak kabul edilebilir.

Kısım E

DERGİ TANITIMI

"Yayınlamak" kelimesi halka sunmak, erişilebilir kılmak anlamına gelir ve dergiler için bu yalnızca yüksek kaliteli araştırmalar bulmak ve çevrimiçi veya basılı olarak kullanılabilir hale getirmek anlamına gelmez . Aynı zamanda bu tür araştırmalar için bir kitle bulmak anlamına da gelir.

Okuyucular olmadan yapılan araştırmanın dünya üzerinde hiçbir etkisi yoktur. Dolayısıyla derginizi tanıtmak ve yayınladığı araştırmalar, dergide yürütmekte olduğunuz işin önemli bir parçasıdır.

Bu bölümdeki kaynaklar, kaynakların ve zamanın dar olabileceği dergiler tarafından kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Bunlar bir tanıtım stratejisi, bir posta listesi oluşturmanıza ve yayınladığınız araştırma hakkında insanlara ulaşmanıza yardımcı olacaktır.

Bölüm 14. Tanıtım Stratejileri

Derginin yazılı, devam eden bir pazarlama stratejisi var mı? Derginin görünürlüğünün sağlanması başarısı için hayati önem taşır. Doğru stratejiye sahip olup olmadığınızı görmek için aşağıdaki listeyi kontrol edin:

	Evet	Daha net olabilir	Hayır
1. Dergiye yönelik yazılı bir pazarlama planınız var mı?			
2. Editörlerden sizin için derginin tanıtımını yapmasını istiyor musunuz?			
3. Dergiyi tanıtmak için tahsis edilmiş bir bütçeniz (mali veya insan kaynağınız) var mı?			
4. Dergi tanıtımı için net hedefleriniz var mı?			
5. Son iki yılda pazarlama stratejinizi incelediniz mi?			
6. Pazarlama veya tanıtım faaliyetleri hakkında rapor veriyor musunuz veya pazarlama / tanıtım faaliyetleri hakkında rapor alıyor musunuz?			
7. Derginin uygun şekilde indekslendiğinden emin misiniz?			
8. Derginiz için sosyal medya hesaplarınız var mı? Ne kadar başarılı olduklarını izliyor musunuz? - Kaç takipçiye sahipler ve ne kadar etkileşim alıyorlar?			

Çevrimiçi Kaynaklar ve Referanslar

Ek olarak aşağıdaki kaynaklar, web siteleri ve referanslar yararlı olabilir:

Campbell, R, Pentz, E, Borthwick, I (eds) (2012) *Academic and Professional Publishing*. Oxford: Chandos Publishing.

Cope, B and Phillips, A (eds) (2014) *The Future of the Academic Journal*, 2nd Edition. Elsevier. Cox, J and Cox, L (2009)

Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers. Learned Publishing 22, 75–77.

DOAJ (2015) *Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing*. doaj.org/bestpractice (Şubat 2017'de erişildi).

Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich, M (2013) *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge University Press.

NFAIS (2009) *Best Practices for Publishing Journal Articles*. www.nfais.org/best-practices (Şubat 2017'de erişildi).

Smart, P, Maisonneuve, H and Polderman, A (2013) *Science Editors' Handbook*, 2nd edn. European Association of Science Editors. www.ease.co.uk

Ayrıca 12E'deki dergi strateji planlama formunun, dergi tanıtım stratejinizi planlarken çok faydalı olacak önerilerde bulunduğunu da unutmayın.

Kaynak 14A: Görünürlüğün Artırılması: Tanıtım Taktikleri

Öz: Derginizi tanıtmak, bir yayıncı olarak görevinizin hayati bir parçasıdır. Hedef kitlenizin derginizi kendi aralarında konuşarak keşfedeceğine güvenemezsiniz. Katkıda bulunan yazarlarınızın içeriğini mümkün olduğunca geniş bir kitleye görünür kılma zorunluluğunuz vardır. Bu belge, dergi yayıncılarının dikkate alması gereken bazı temel tanıtım faaliyetlerini özetlemektedir.

Derginizi neden tanıtmalısınız?

Uzun vadeli nedenler

- Farkındalık yaratma: Dergi, yeterince görünür durumda ve tanınmış mı?
- Güvenilirlik: Dergi hak ettiği itibara sahip mi?

Anlık nedenler

- Daha fazla / daha iyi yazıları çekmek
- Daha fazla okuyucu / abone çekmek... vs

Yayınınızın tanıtımı her zaman tüm yayınlama sürecinin bir parçası olmalıdır - eğer insanlar derginizi bilmiyorsa, makale göndermeyecek veya abone olmayacaklardır.

İyi tanıtılmış bir derginin mutlu yazarları olacaktır, çünkü araştırmalarının daha fazla insan tarafından okunması dünya üzerinde gerçek bir fark yaratma şansını artırır. İyi tanıtılmış bir dergi aynı zamanda mutlu editörlere sahip olacaktır, çünkü daha fazla yazar araştırmalarını orada yayınlamak isteyecek ve böylece daha yüksek kaliteli yazılar alacaklardır. İyi tanıtılmış bir dergi mutlu okuyuculara da sahip olacaktır, çünkü bu yayınlardan mükemmel bir araştırma tasarlayabileceklerdir. Ve son olarak mutlu bir kadroya sahip olacaklar, çünkü onlar dünyada pozitif bir fark yarattıklarını bileceklerdir. Bir dergiyi başarılı bir şekilde tanıtmak, büyük bir pazarlama bütçesi ve büyük bir pazarlama uzmanları ekibi gerektirmez. Gerekseim duyduğu şey, planlama ve organizasyondur; biraz sıkı çalışma ve biraz özen.

Derginizi etkili bir şekilde tanıtmak ve mevcut kaynaklardan en iyi şekilde yararlanabilmeniz için bir tanıtım stratejisi oluşturmanız gerekir. Ve bir takım olarak çalışmanız gerekecektir, hepinizin - yazarların, editörlerin ve tüm yayın ekibinin derginizin tanıtımına katkıda bulunduğundan emin olmalısınız. Bir dergi iyi tanıtıldığı zaman herkes fayda sağlar, bu yüzden herkesin bunun gerçekleşmesi için birlikte çalışması gerekir. Editörlerin ve yazarların dergiyi kendi ağlarında tanıtmaya yardımcı olarak ve buna katkıda bulunabilecekleri kolay yollar vardır e-posta imzası kadar basit bir şey bile olumlu bir etki yaratabilir.

Tanıtım stratejinizin temelinde derginizin neden, niçin önemli olduğuna ve dünyaya nasıl katkıda bulunduğuna ilişkin bir düşünceniz olmalıdır. Derginizin niçin benzersiz olduğunu - amaçlarının ne olduğunu ve onlara nasıl ulaştığını kendinize sorun. Dergi stratejinize yansıtın (Bölüm 1). Kitlenizin kim olduğunu ve çekmek istediğiniz kitle türünü düşünün - örneğin, hangi disiplinlerden. Bu elbette dergi genel stratejinizle bağlantılı olacaktır. Bu nedenle, tanıtım planınız üzerinde çalışmaya başlamadan önce hepinizin bu strateji hakkında net bir düşünceye sahip olduğundan emin olmanız gerekir.

Genel dergi stratejiniz, derginizi nereye götürmek istediğinizi söylemede size yardımcı olacaktır. Ancak bu yolculuğa çıkmadan önce, şu anda nerede olduğunuzu da bilmeniz gerekir. Genelde derginizi kimlerin ve kaç kişinin okuduğu hakkında edinebildiğiniz kadar bilgi edinin: her bir konu için kaç başvuru aldığınızı öğrenin ve bunlardan ne kadarını yayınladığınızı kontrol edin. Sosyal medya hesaplarınız zaten varsa takipçi sayılarını ve ne kadar etkileşim aldıklarını öğrenin. Mail listenizde kaç kişinin olduğunu kontrol edin, varsa, web sitenizin Ortalama ziyaretçi sayısını öğrenin. Tüm bu bilgiler, tanıtım stratejinizin başarısını ölçmek için size bir temel sunacaktır ve ayrıca stratejinizin çözümüne yardımcı olacağı herhangi bir problem olup olmadığını öğrenmenize yardımcı olabilir.

Tanıtım stratejinizi düzenli aralıklarla güncellemeniz ve gözden geçirmeniz gerekir - belki de, durumunuza bağlı olarak, her altı ayda bir. Ancak tanıtım etkinliğinizin başarısını düzenli olarak izliyor ve çalışmayan bir şeyi düzeltmeye çalışıyorsanız, stratejinizde çok fazla ani veya büyük değişiklikler yapmanıza gerek kalmayacaktır.

Formal Olmayan Tanıtım

Formal olmayan tanıtımda “39 noktaya temas” prensibini kullanılır. Sayı önemsizdir, amaç insanların derginizin ismini görmesini ve dergiyi sık sık duymasını sağlayarak farkındalık yaratmaktır - böylece farkındalıkları sürekli olarak artar. Bu birkaç yolla yapılabilir. Bazı öneriler aşağıda listelenmiştir:

- E-posta imzaları ve e-postaları: bk. **Kaynak 14C e-posta pazarlaması**
- Dergi ağınıza kullanın - özellikle sahip olduğunuz tüm tanıtım materyallerini (broşürler, posterler, vb.) dağıtmak için kullanın - örneğin, danışmanlara ve yayın kuruluna bazı broşürler verin, bunları toplantılarına, işyerlerine, kütüphanelere dağıtmalarını isteyin.
- Yayın kurulunu kullanın - onlar için tanıtım araçları hazırlayın, rollerini bildiğinden emin olmalarını ve derginin elçileri olarak hareket edebilmelerini sağlayın.

Formal Tanıtım

Daha büyük yayıncılar (özellikle mesleki, ticari yayıncılar) tanıtım faaliyetlerine önemli ölçüde zaman ve para yatırırlar. Bunların en yaygın olanları (bilimsel yayıncılıkta):

Broşürler

Broşürler, insanları dergiyle ilgili bilgilendirmek için değerli bir araçtır ve birçok şekilde hazırlanabilirler. Çoğunlukla kuşe kâğıda basılırlar ve üretimleri pahalıdır, ancak bunlar, dergi hakkında bilgi içeren basit bir A4 kâğıdına basılsa bile aynı derecede değerlidirler (aşağıdaki tanıtım metnini yazma bölümüne bakınız).

Promosyon eşyalar

Bazı yayıncılar, dergi adı ve logo gibi tanıtım öğelerini içeren kalem, fare altlığı, kupa vb. gibi promosyon eşyalar sağlarlar. Eğer bunu yaparsanız, bunları üretmenin maliyetinin içinde tasarım, üretim ve dağıtım da olduğunu (aşırı malzeme üretmenin, üretimi çok maliyetli hale getirdiğini) unutmayın.

Konferans stratejisi - programın bir parçası olmak, konferans komitesi, ortak çalışma, çalıştaylar veya seminerler düzenlemek

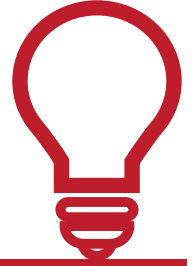
Büyük yayıncıların çoğu kendilerini konferanslarda, ürünlerinden örneklerle, vb. tanıtırlar. Bu tanıtım çok pahalı olabilir. Ancak pek çok farklı yayıncının dergilerini içeren birleştirilmiş stantlar, uygun maliyetli bir çözüm olabilir – konferanslar, derginizle ilgilenen konu uzmanlarıyla tanışmak için ideal bir fırsat sunarlar.

Odak grupları ve sponsorlu toplantılar

Bazı yayıncılar, potansiyel abonelerle, okuyucularla ve yazarlarla tanışmak için ideal bir fırsat olan belirli etkinlikleri (çoğunlukla konferansları) desteklerler.

Dergiyi tanıtmak için diğer fırsatlar:

- Rehberler - kütüphane katalogları
- Dizinler - atıf indeksleri ve diğerleri (daha fazla bilgi için bk. Kaynak 13D)
- Web sitesi bağlantıları
- Broşürler, kitapçıklar ve basılı materyal
- Ayrı ve bileşik eklentiler - diğer dergilerde ve yayınlarda
- Dernekler, kuruluşlar vb. gibi üyelere broşür postaları
- Poster alanları (kütüphaneler, sergiler)
- Açık günler ve sergiler
- Tavsiye yolu ile
- Web siteleri, CD ROM'lar, e-posta yayıncılığı
- Basın ve Halkla İlişkiler (PR) (daha fazla bilgi için bkz. Kaynak 13G)
- Diğer yayınlarda reklam
- Etkinliklere katılma
- Dernekler ile bağlantı kurma
- Üniversiteler ve araştırma kurumları ile bağlantı kurma



ANAHTAR NOKTALAR

- Tanıtım önemlidir.
- Tanıtım formal ve pahalı olabilir ya da formal olmayan ve ucuz olabilir . Her ikisi de eşit derecede iyi çalışabilir.
- Aktarmak istediğiniz en önemli mesaja odaklanın.

Kaynak 14B: Tanıtım Kopyası Yazma ve Sunma için Genel Rehber

Öz: Derginiz hakkında nasıl yazdığınız, insanların onun ne kadarını anladığını ve yazdıklarınızla ne kadar ilgilendiklerini belirler.

Hızlı ve basit bir şekilde etkileyici bir fayda sunun

Seçkin bir tüketici psikoloğu olan David Lewis, "Metinler giderek kısalıyor ve bunun arkasında yatan önemli bir faktör, bu günlerde insanların hem zaman hem de dikkat azlığından yakınıyor olmasıdır." Kullandığınız sözcük ve dil hakkında düşünün; hedef kitlenizi tanıyın: basit bir örnekle, hedef kitlenizin okuyacağı gazetede bulunmayacak herhangi bir sözcükten veya dilbilgisinden kaçın.

Materyalinizi okunması kolay hale getirin

Okuyucuyu, görüntüleri üst üste bindirerek veya süslü yazı tiplerini kullanarak metinden ayırmayın. Basit bir dil kullanın, karmaşık sözcüklerden kaçın ve dikkat çekmek için metnin etrafında yeterli boşluk bırakın. Basit geleneksel yazı stili kullanın: serif yazı tipleri sans serifden daha okunabilir olabilir. Ana metin için on, on bir veya on iki punto kullanın; daha küçük veya büyük olanların okunması daha zor ve dolayısıyla okunması daha az olasıdır. Aynı nedenden dolayı italik, gölgeli, açık ve sıra dışı renklerden uzak durun. Bunların hiçbiri okunabilirliği geliştirmez. Maksimum okunabilirlik için beyaz (veya açık renkli) bir arka plan üzerinde basit siyah (veya koyu renkli) metin kullanın.

Okuyucuyu metnin içine dahil edin

Okuyucudan ikinci kişi olarak sözedin. Okuyucuyu metninize katmak için açıklamalarınızda ikinci kişiyi ifade eden (siz, sizin ve sizinki) sözcükleri kullanın. Yayınınızın okuyucularına kazanımlarını gösteren nasıl bir yöntem sağladığını açıklayın.

Yeni bir şeyleri birleştirmeye çalışın

İnsanlar yeni ya da özgün olan konseptte daha iyi ve daha kolay ilgi gösterirler. Daha önceden gördükleri ya da duydukları bir şeye ilgi göstermeyeceklerdir. İnsanlar en başından beri orada kendileri için bir şey olduğuna inanmalılar.

Benzersiz olanı vurgulayın

Yayınınızı özel kılan şeyi vurgulamaya çalışmalısınız. BST'lerinize (benzersiz satış noktaları) olabildiğince çok vurgu yapmalı - uygun ya da doğru olduğu yerde - bu şeyleri sunan tek yayının siz olduğunu, ya doğrudan ya da dolaylı olarak ifade etmelisiniz.

İnandırıcı olmalısınız

Yalan söylememelisiniz ve iddialar kesinlikle güvenilir görünmelidir. Sunduklarınızı ve iddialarınızı "neden" ve "nasıl" açıklamalarıyla belirtmek bunun en iyi yoludur.

DİİE D-ikkat İ-lgi İ-steme E-ylemi (AIDA - A-ttention I-nterest D-esire A-ction)

Dikkat kısmı, okuyucuların dikkatini çeken sembol veya başlıktır. İlgi, bilgiyi ilginç bir şekilde sunarak oluşturulur. Bir cevap (örneğin, bir abonelik veya bir yayının gönderilmesi) arıyorsanız, okuyucuya sunduğunuz avantajları, onların isteyecekleri şekilde ilişkilendiren bir istek oluşturmanız gerekir. Son olarak, bir telefon numarasını aramak ya da bir cevap kuponu tamamlamak ve göndermek gibi bir eyleme yol açmalısınız. Dökümanınız adım adım bu sırayı takip etmezse, o kadar etkili olmayacaktır.

Ana mesajınız göze çarpmalı

Boşluğun %50'sini güzel bir resme veya alıntıya ayırmayın. Reklamınızın büyük kısmı fayda bildirimiz olmalı. Okuyucunuzu okumaya devam ettiren bölüm budur.

Küçük harf kullanın - büyük harf kullandığınızda kelime şekilleri kaybolur

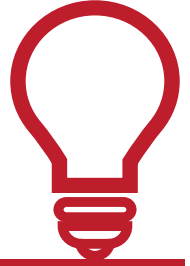
İnsanlar, tek tek harfleri değil, sözcük biçimlerini tanıyarak okur, metin içinde büyük harf kullanmayın ve başlıklar için de büyük harf uygun değildir. Okuması uzun sürer ve etkiyi azaltır. Burada coğrafi farklılıklara dikkat edin. Örneğin, Kuzey Amerika'da, bir manşetin her kelimesi büyük harfle yazılır, ancak Birleşik Krallık'ta büyük harf sadece ilk sözcükde kullanılır.

Başlık sayfanın veya reklam alanının dörtte üç üstünde olmalıdır

Başlığı sayfanın en üstüne koymayın. Göz, doğal olarak sayfanın veya alanın üçte ikisi ile dörtte üçü arasında odaklanır. Ana ifadenizin olması gereken yer burasıdır.

Prova okuma

Yazdığınız her şeyin son prova okumasını yapın - hatta daha da iyisi başkasından yapmasını isteyin. Kendi yazınızı kontrol ederseniz hataları kolaylıkla gözden kaçırabilirsiniz. Redaksiyonla ilgili tavsiye için 8. Bölüme bakınız.

**ANAHTAR NOKTALAR**

Derginizi nasıl sunduğunuz önemlidir. Yazdıklarınızın net, hatasız olduğunu ve ifade biçiminizin doğruluğunu kontrol etmek için harcadığınız zaman tüm bunlara değerlidir.

Kaynak 14C: E-posta Pazarlaması

Öz: E-postayla pazarlama, topluluğunuzu derginiz hakkında bilgilendirmenin ucuz ve güvenilir bir yolunu sunar. Güncel bir iletişim veri tabanı, ilginç ve iyi yazılmış e-postaların kombinasyonu çok etkili olabilir. Bu bölüm, derginizi tanıtmak için e-posta kullanmanın bazı yollarını özetlemektedir.

Neden e-posta kullanılmalı?

E-posta, herhangi bir dergi pazarlama stratejisinin önemli bir parçası olmaya devam etmektedir, çünkü topluluğunuzla konuşmanın güvenilir bir yoludur. Birçok sosyal medya kanalının aksine hedef kitlenize ulaşmak için algoritmalara veya ödemelere bağlı değildir. Bu nedenle ulaşabileceğiniz bir iletişim veri tabanı oluşturmak önemlidir.

Formal olmayan tanıtım için e-posta imzaları kullanılması

- Topluluğunuza düzenli olarak derginizi hatırlatmak istiyorsunuz. Yayın kurulunuz topluluğun diğer üyeleriyle düzenli halde iletişim halinde olacaklarından bunu zekice yapmanın bir yolu da e-posta imzalarını kullanmaktır.
 - Tüm editörlerinizden e-posta imzalarının bir parçası olarak derginizin adını (ve web adresini) koymasını isteyin.
 - Bunu yapmalarına yardımcı olmak için onlar için model bir metin geliştirmek isteyebilirsiniz. Bilinen e-posta programlarını kullanarak imzasına nasıl ekleyeceğinize ilişkin bilgi vermek isteyebilirsiniz.
- Ör. "Gmail için, sayfanın sağ üst köşesindeki altı köşeli simgeyi tıklayın ve açılır menüden "Ayarlar" ı seçin. Ayarlar sayfasında, İmza bölümüne ilerleyin ve önerilen metni beyaz kutuya yapıştırın, örn.:

Dergi adı

Dergi URL'si

Kutunun sol üst kısmındaki düğmenin işaretli olduğundan emin olun. Ardından, sayfanın en altına gidin ve "Değişiklikleri Kaydet'i" tıklayın. İmzanın görüldüğünden emin olmak için bir test e-postası göndermek isteyebilirsiniz.

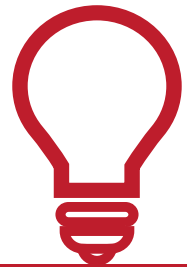
E-posta uyarıları

- E-postalar kendi ağınıza- arkadaşlarınız, editörler kurulu, danışmanlar, yazarlar ve e-posta listenizde kayıtlı olan herhangi bir kişi - derginizi hatırlatmak ve yeni haberlerle ilgili bilgilendirme yapmak için iyi bir yol olabilir.
- Bu mail derginiz hakkında haberleri, son içindekiler tablosunu, ilgi çekici bir makalenin özetini içerebilir. Linklerin ekli olduğundan emin olun: Bunları ayrıca kaç kişinin ilgilenecek tıkladığını görmemiz için de kullanabilirsiniz. (Bununla ilgili daha fazla bilgi için, bk. 13F: Ölçme.)
- İnsanlardan, e-postanızı ilgilendiğini düşündükleri birisine iletmelerini isteyin. Bu, haberlerin erişimini genişletecektir.
- Pek çok kişinin e-postanızı mobil cihazlarda veya kötü internet bağlantılarında okuyacağını unutmayın. Büyük resimler kullanmayın ve e-postanızı göndermeden önce bir mobil cihazda nasıl görüldüğünü kontrol edin. (Bunu kendinize bir kopya göndererek ve daha sonra telefonunuzda okuyarak yapabilirsiniz.)
- Göndermeden önce e-postalarınızı kontrol ederek okuduğunuzdan emin olun! İdeal olarak, bir çalışma arkadaşınıza taslak bir kopya gönderin ve e-postayı kontrol etmelerini sağlayın - okuma sırasında kendi hatalarınızı gözden kaçırmamız çok kolaydır.
- E-postanıza aboneliği nasıl iptal edeceğinize ilişkin talimatları ekleyin ve aboneliği iptal etmek için aldığınız herhangi bir talep üzerine e-posta listenizden bağlantıyı kaldırmak için hareket ettiğinizden emin olun.

- Aboneliği iptal ettirenlerin sayısını azaltmak için;
 - Özellikle e-posta konusu satırında ne gönderdiğiniz hakkında net olun (ancak her e-posta için aynı konu satırını kullanmadığınızdan emin olun).
 - Çok sık e-posta göndermeyin – Maksimum olması gereken muhtemelen ayda bir kez göndermektir; Derginizin her yeni sayısı için bir uyarı göndermek iyi bir başlangıç rakamıdır.
 - E-postanızın istenmeyen posta (Spam) gibi görünmediğinden emin olun.
- E-posta uyarılarını otomatikleştirmeye, basitleştirmeye, kişiselleştirmeye ve hızlandırmaya yardımcı olacak çok sayıda reklam e-postası hizmeti olmasına rağmen - en çok bilinen örnekler MailChimp ve Campaign Monitor'dür. Bununla birlikte, bazıları pahalı olabilir, ancak bazıları sizin ihtiyaçlarınıza uygun olabilecek sınırlı özelliklere sahip ücretsiz sürümler sunar. Gerçi, onlar olmadan ihtiyaç duyduğunuz sonuçları elde edebilirsiniz gerekir.
- E-posta uyarılarınızı manuel olarak gönderiyorsanız, herkesin e-posta adreslerini "cc" alanına DEĞİL, "bcc" alanına koyduğunuzdan emin olun. Kişilerin adreslerini e-posta listenizdeki herkesle paylaşmanızı istemez!
- Bazen, topluluğunuzun belirli kısmının büyük ilgi duyacağı ve başkalarının ilgilenmeyeceği haberleriniz olabilir. Hedefine giden e-postalar, yalnızca ilgilenmesi muhtemel kişilere ulaşmanızı ve diğer kişilerinizi sıklıktan kaçınmanızı sağlar. Bununla ilgili daha fazla bilgi için bk. "veri tabanı oluşturma".
- E-postalarınız için görsel bir şablon oluşturmak uzun dönemde zaman kazandırır - yeni içeriğinizi eski şablona yapıştırdığınızden, daha çekici ve daha tutarlı görünmelerini sağlayabilirsiniz. Birçok reklam e-postası hizmeti, e-posta adresiniz için kullanabileceğiniz ücretsiz şablonlar sunar.

Kişiler veritabanı oluşturma

- Kişiler veritabanını tutmanın en basit yolu bir tablo yapmaktır. Sütunları önemli bilgiler için (isim, kurum, e-posta adresi, posta adresi) ve ayrıca kişilerin diğer bilgilerini (ilgi alanlarına göre bölmek) saklayabilmenizi sağlar.
- Edindiğiniz daha fazla bilgi kişilerin ilgi alanlarını daha iyi toplamanızı sağlayacaktır. Bu yöntem hedefine gönderdiğiniz e-maillerinizi daha etkili bir biçimde göndermenizi sağlayacaktır. Daha sonra, e-postaları yalnızca ilgisini çekecek kullanıcılara gönderdiğinizden emin olacak ve diğerlerini sıklıktan kaçınabileceksiniz.
- Veri tabanınızın bölgenizdeki ilgili veri koruma yasalarına uygun olduğundan emin olun.
- Veri tabanınıza ve posta listenize eklemeye önce kullanıcıların iznini aldığınızdan emin olun.
- Kişileri e-postalarda belirterek posta listenize kaydolmaya teşvik edin; çünkü kişilerin bunları listenizde olmayan kişilere yönlendirmiş olabilir. Bunu e-posta imzanıza eklemek isteyebilirsiniz. İnsanlara kaydolmak için bir şeyler sunabilirsiniz - topluluğunuzun yararlı bilgilerini, örneğin avans bilgileri veya bir MBÜ'de küçük bir indirim gibi.
- Sosyal medya hesaplarınızı kullanarak kişilerinizi posta listenize kaydettirmeleri için teşvik edin: Sosyal medya ile, kitlenize ulaşmak için üçüncü taraflara - Twitter, Facebook vb. - güvenebilirsiniz, ancak e-posta daha doğrudan bir yoldur.
- Aboneliğini iptal ettirmek için aldığınız tüm istekleri e-posta listenizden bağlantıyı kaldırarak derhal yerine getirdiğinizden emin olun. Özellikle listenize yeni bir e-posta göndermeden önce abonelikten çıkma isteklerini kontrol edin.
- E-postayı gönderdikten sonra, e-postayı iletmenin imkânsız olduğunu söyleyen tüm bildirimlerinizi kaydedin. Bu uyarılardan iki veya daha fazlasını peş peşe alırsanız, artık çalışmadığı için bu e-posta adresini veri tabanınızdan kaldırmak isteyebilirsiniz.



ANAHTAR NOKTALAR

E-posta, topluluğunuza ulaşmanın güvenilir bir yolunu sunar. Bir iletişim veri tabanı oluşturun ve derginizin yeni sayıları ve önemli haberleri hakkında bilgilendirmek için zaman zaman e-postalar gönderin.

Kaynak 14D: Sosyal Medya ile Tanıtım

Öz: Sosyal medya dünya çapında giderek daha popüler hale geliyor - siz, okuyucularınız, yazarlarınız ve editörleriniz muhtemelen hepsi kullanıyorlar. Derginizi dünya çapında tanıtmak için gerçek fırsatlar sunarlar. Bu bölüm, derginiz için sosyal medyayı kullanmaya nasıl başlayacağınızı açıklar.

Neden e-posta kullanılmalı?

Derginiz için bir sosyal medya stratejisi uygulamak

Sosyal medya, derginizi yeni okuyuculara ulaştırmak, tartışmayı ve gözden geçirmeyi teşvik etmek için değerli bir yol sağlayabilir, ancak bunlar zaman alıcı olabilir. Sosyal medya kuruluşlarınızın iyi bir şekilde kullanıldığından emin olmak için editör ekibinde birisine ihtiyacınız olacak - örneğin, düzenli blog girdileri ve Tweet'ler için.

Bu nedenle bir stratejiyi uygulamak, aşağıda belirtilen plan çerçevesinde olur:

1. Dergi topluluğu tarafından kullanılan medyayı tanımlayın.
2. Seçilen her bir kanaldan sorumlu bir editör veya bir yayıncıyı tanımlayın.
3. Öğelerin ne sıklıkla gönderileceğine yönelik hedefler belirleyin.
4. Çabaların değer olduğundan emin olmak için düzenli olarak gözden geçirin - ör:
 - i. Twitter'daki takipçi / beğeni / retweet / paylaşım sayısı;
 - ii. Facebook'taki "arkadaş" / paylaşım / yorum / beğeni sayısı. (Bu konu hakkında daha fazla bilgi için bk. Kaynak 13F Ölçümü.)

Sizin için en iyi sosyal medya platformunu bulmak

Derginizi tanıtmak için kullanabileceğiniz en iyi sosyal medya platformları, topluluğunuzun zaten kullanmakta olduğu platformlardır. Farklı topluluklar farklı platformlar kullanırlar ve bunlar dünya çapında değişebilir - bazı ülkelerde belirli platformlar yasaktır ve diğer ülkelerin kendi özel platformları vardır. Örneğin Weibo, Facebook'un, Twitter'ın ve YouTube'un tümünün engellendiği Çin'deki en popüler sosyal medya kanalıdır. Editörlerinize ve iş arkadaşlarınıza hangi platformları kullandıklarını sorun ve önerilerini doğrulamak için bunları kendiniz araştırın.

Bir sonraki sayfada yer alan liste, sosyal medya platformunun ana türlerine ve bunların tanıtılması için güçlü yanlarına ve zayıf yönlerine örnekler vermektedir. Ancak, hatırlanması gereken bazı önemli şeyler vardır...

Hesaplarınızı yürütmek için en iyi kişiyi bulmak

Sosyal medya hesaplarınızı yürütmek için en iyi kişinin, pazarlama sorumlusu olmasına gerek olmayacaktır. İş arkadaşlarınızdan birinin sosyal medyada aktif olup olmadığını ve hesaplarınız için sorumluluk almaya istekli olup olmadıklarını öğrenin. Derginizi herkese açık olarak temsil etmek için güvendiğiniz bir kişiyi bulmanız gerekir, ancak zaten sosyal medyayı kullanan ve bunları kullanmak konusunda istekli olan bir ekibiniz varsa, bu hayatınızı daha da kolaylaştıracaktır. Bunların yanı sıra ne sıklıkta yayın yapacağınızı ve topluluğunuzdan ne tür bir katılım beklediğinizi hedeflemeniz gerekir. Facebook'ta, günlük ve haftalık arasındaki herhangi bir zamanda paylaşım yapmak iyi olacaktır; Twitter'da günde bir ile üç kez arasında mantıklıdır, ancak bunun bir parçası olarak eski yayınları tekrarlayabilirsiniz. (Farklı platformlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için aşağıya bakın.)

Bir hesap oluşturmak

- Profilinizi ve arka plan resimlerinizi yüklerken platformun izin verdiği ölçüde yüksek çözünürlüklü bir fotoğraf kullandığınızdan emin olun, aksi halde pikseli görünecek ve bu da profesyonel görünmemenize neden olabilir.
- Profilinizdeki alanları, özellikle de web siteniz için olanı doldurduğunuzdan emin olun. Sosyal medya hesabınız web sitenize iyi bir trafik kaynağı olmalı ve bunu takipçilerinizin bulması için mümkün olduğunca kolay hale getirmelisiniz.

Bazı zorluklar

- Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarının çoğunlukla kullanımı kolay olsa da, bunları kullanmak zaman alır ve yayınlar kısa bir raf ömrüne sahip olur - çoğu platform en son yayınları önceliklendirir, böylece yazmaya bir saat harcadığınız paylaşım takipçilerinizin zaman akışında hızlı bir şekilde kaybolabilir.
- Sosyal medya platformları amacı para kazanmak olan işletmelerdir. Bu sebeple bunu yapmanın bir yolu olarak şirketler bir hedef kitleye ulaştırmaya başlamak için - dergiler de dahil olmak üzere - ücret talep etmeye başlıyorlar. Facebook bu konuda en ileride olandır, ancak diğer platformlar da ücret talep etmeye başlamışlardır ve ödeme yapmak istemeyen ya da ödeyemeyecek durumda olan şirketlerin hedef kitleye ulaşmasını zorlaştırmaktadır.
- Sosyal medya platformları, size yardım etme yükümlülüğü olmayan üçüncü taraflarca kontrol edilir. Hesabınızı kapatmaya veya size danışmadan posta gönderme ile ilgili kuralları değiştirmeye karar verebilirler. Onlara fazla bağımlı olmamak ve belirli platformlar için mesajlar oluşturmak için çok fazla zaman harcamamak en iyisidir. Kendi platformlarınızda neler yaptığınızı tanıtmak için sosyal medyayı kullanın - örneğin web siteniz ve bloğunuz, bu genellikle en iyi yaklaşımdır. Daha doğrudan ve güvenilir bir şekilde bağlantılarınızla iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanmak, özellikle e-mail adreslerini kullanmak mantıklıdır.
- Sosyal medyadaki mesajlar bazen tartışmalara neden olabilir. Sosyal medya araçlarının sundukları bildirim seçeneklerini kullandığınızdan (özellikle mobil cihazlarda) emin olun. Böylece bir kullanıcı yayınlarınızdan birine yorum yaptığında veya yanıtladığında konuşmanın düşmanca olmadığını kontrol edebilirsiniz. Tartışma agresifleşirse sakın kalmanız, rahatsız edici ifadeyi silmeniz ve son çare olarak orijinal gönderiyi silmeniz gerekebilir. Yine de açık, dürüst ve kibar olmaya özen gösterin.

Sosyal medya platformları

Facebook

- Facebook dünya çapında en popüler sosyal medya platformudur ve dergiler (www.facebook.com/jclininvest), dernekler (www.facebook.com/EurSciEd), sosyal topluluklar (www.facebook.com/TheSocialScientists) dahil olmak üzere birçok grup, organizasyon ve araştırma grupları (www.facebook.com/researchdigest) bu platformu kullanır.
- Facebook yoktan var etmek isteyen herkesi bu mücadeleye davet etmektedir. Bu oranı yükseltmek için bir ödeme yapmadığınız takdirde Facebook gönderilerinizin sizi takip edenlerin yalnızca %1'inin gördüğünü ifade eden bir ortalamaya sahiptir. Bu ücret içerik başına yüksek olmamasına rağmen sürekli paylaşım yapılan bir sayfa için yüksek olabilir. Eğer topluluğunuz Facebook'ta çok aktifse kendi sayfanızı düzenlemeniz zorunlu olabilir.
- Derginizdeki makalelerle ilgili bir tartışma başlatmak için Facebook'u kullanabilirsiniz (ve varsa bloğunuzdaki yazılarla ilgili). Makale ya da bloğunuzdaki yazıyla ilgili linkini paylaşıp kısa bir özet - bir veya iki cümle - yazın ya da soru sorun.
- Aynı içerikli yayını birden fazla yayınlamak Facebook'ta popüler değildir bu yüzden kendinizi tekrar etmekten kaçınınız. Aynı zamanda iyi bir nedeniniz olmadan - örneğin acil ve önemli haberler - günde bir kereden fazla yayın yapmaktan kaçınmalısınız.

Twitter

- Twitter birçok akademik toplulukta çok popülerdir. Ve şirketlerden henüz bir ödeme talep etmemektedirler. (Tweet'leri tanıtmak için ödeme yapmak mümkündür, ancak bu, pahalı olabilir ve kitlenize ulaşmanız için gerçekten gerekli değildir.)
- Twitter'da etkili olmak için öz ifadeler yer vermeniz gerekir. Her gönderi maksimum 140 karakter olmalıdır ve bir bağlantı eklerseniz, bu karakterlerin 23'ü sayılır. (Görüntüler bu sınıra dahil değildir ve tweetinize dikkat çekmenin çok etkili bir yolu olabilir.)
- Twitter'da bir kitleye ulaşmanın en iyi yollarından biri bir konu etiketi kullanmaktır - # sembolünün ardından bir sözcük veya sözcük öbeği gelir; örneğin, #scicomm, #STEM, #scienceoutreach.

Kişiler belirli konulardaki yayınları bulmak için konu etiketleri kullanırlar ve bir konu etiketi kullanarak tweet'lerinizi, sizi takip etmese bile o kişiler için daha görünür hale getirirsiniz. Kullandığınız konu etiketlerinin uygun olduğundan ve 'spam' gibi görünmediğinden emin olun. Bazı konular, belirli konulardaki konuşmalar için belirli zamanlarda kullanılır ve bu sohbeti izleyen ve katkıda bulunan kişiler en son derginizde olan makalenizi tanıtan bir tweet ile kesintiye uğradığında mutlu olmazlar! Konuyla ilgili haberlere ve güncel konulara ayak uydurmak için diğer insanların neler yazdıklarını kontrol edebilir ve başkalarının ne hakkında konuştuğunu öğrenebilirsiniz.

Çevrimiçi olmadığınızda onları gönderebilmeniz için tweet'leri planlamak isteyebilirsiniz. Bu, küresel bir kitleye ulaşmada özellikle yararlı olabilir. Sosyal medya yönetim aracı Hootsuite, bunu yapmanızı sağlayan ücretsiz bir seçenektir.

Aynı içeriği birden çok kez yayınlamak, Facebook'tan farklı olarak Twitter'da daha kabul edilebilirdir. Bu nedenle, dünyanın farklı yerlerine ulaşmak için günün farklı saatlerinde tweet'lerinizi tekrarlayabilirsiniz.

Hesabınızın üst kısmına tweet'i "sabitleme" seçeneğini seçerek, kullanıcıların hesabınızın ana sayfasını ziyaret ettiklerinde gördükleri ilk tweet olmalarını sağlayabilirsiniz. Önemli bir şeyi vurgulamak için bunu kullanın.

Hesabınızı oluştururken, alanınızdaki önemli tweeter'ların kimler olduğunu öğrenin - editörleriniz ve yazarlarınız bu konuda size yardımcı olmalıdır - ve hesaplarını takip ettiğinizden emin olun.

Bir dergi makalesini veya blog yayını tanıtmak için bir tweet kullandığınızda, yazarın twitter hesabı varsa onun hesabını da tweet'inize dahil ettiğinizden emin olun.

Twitter'da, kitleniz için yararlı olacağını düşündüğünüz bir şey bulursanız, "alıntı tweet" seçeneğini kullanarak paylaşın ve kendi yorumunuzu ekleyin. Diğer insanlar genellikle tweet'lerinizi aynı şekilde paylaşırlar ve tweet'lerinizi daha geniş bir kitleye ulaştırmaya yardımcı olurlar.

LinkedIn

- LinkedIn en popüler profesyonel sosyal ağıdır. Buradaki en iyi ve en basit yaklaşımınız yazarlarınızı (eğer hesapları varsa) makalelerini ve blog yayınlarını kendi hesaplarında yayınlamalarına teşvik etmektir.

Instagram

- Instagram, fotoğrafların paylaşıldığı bir platformdur. Derginiz paylaşabileceğiniz çok çarpıcı görsel içeriğe sahipse ilgi çekebilecek görselleri paylaşabilirsiniz.

Youtube

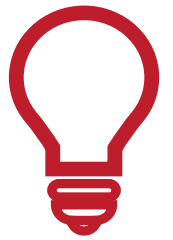
- Herhangi bir video içeriğiniz varsa - örneğin, yazarlarınızdan biri konferansta yaptıkları araştırma hakkında konuşuyorsa - bu videoyu yüklemek için bir YouTube hesabı oluşturmak isteyebilirsiniz.

Diğer platformlar

- Bahsedildiği gibi, Weibo Çin'deki en popüler sosyal medya platformudur; muhtemelen daha çok twitter gibidir. VKontakte (VK olarak bilinir) Rusya'da en popüler olan sosyal medya platformudur.

Kaynaklar

- Harris, S (2015) 'Making research connections with social media: advice for researchers', AuthorAID: www.authoraid.info/en/resources/details/1240 (Ağustos 2017' de erişildi).



ANAHTAR NOKTALAR

- Topluluğunuzun zaten kullandığı sosyal ağı bulun ve buna odaklanın.
- İnsanları yayınladığınız makalelere ve blog yayınlarına yönlendirmek için sosyal medyayı kullanın.
- Hesaplarındaki bildirimleri ayarlayın, böylece kullanıcıların yayınlarınıza ne zaman yanıt verdiklerini öğrenebilirsiniz.
- Daha geniş bir kitleye ulaşmak için ilgili konu etiketleri kullanın.
- Editörlerinizin ve yazarlarınızın dergiyi tanıtmaya yardımcı olmak için hesaplarını kullandığından emin olun.

Kaynak 14E: Dizinleme Hizmetleri

Öz: Dizinleme hizmetleri kütüphaneciler tarafından yayınları bulmak için yaygın olarak kullanılmaktadır ve atıf hizmetleri (yakından ilişkili olarak) yer alan her bir maddeye karşı bir kalite değerinin konmasını sağlar. Bu iki hizmet, daha kısa zamanda ve daha az yatırım ile dergilere yüksek görünürlük sağlar. Bu belge, farklı hizmetlerin kısa bir tanımını, dergilerin bunlara nasıl eklenebileceğini ve ne gibi faydalar sağladığını göstermektedir. Dizinleme hizmetlerinin sayısı çok büyük olduğundan, kapsamlı bir belge değildir.

Dizinleme hizmetlerinin önemi son on yılda azalmıştır, çünkü araştırmacılar içerik ararken genel arama motorlarından daha fazla faydalanmaktadır. Bazı hizmetlere dahil olmanın hala büyük avantajları vardır, ancak günümüzde dergilerin seçici olması giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Dizin Oluşturma Hizmetleri - Nedir

- “Üçüncül” yayıncılık - birincil dergilerden içerik ve özet tabloları, aranabilir bir veri tabanına dönüştürür
- Genellikle konuya özgüdür
- Genellikle sadece içerik ve özet tabloları içerir, ancak bazen tam metin veya ilk yayıncının sitesinden tam metne bağlantılar içerir.
- Genellikle kütüphanelere ve kurumlara satılır – bireylere değil.
- Genellikle dergilere ücretsiz başvuru imkânı sunar (dergilere mali bir dönüş olmaz)
- Genellikle içeriklerinde kapsamlı aramaya imkân sağlar
- Birçok dergi arasında belirli bir bilginin başlıklarını ve dergilerin kendilerini araştırmak için kullanılır.
- Şimdi ağırlıklı olarak çevrimiçi kullanılmakta, ancak daha önce baskılı olarak kullanılıyordu (düzenli olarak güncellenerek)
- Sıklıkla bir kuruluş / şirket bir dizi farklı veri tabanını (farklı konularda) işletmektedir.
- Hala dergiler için önemli bir görünürlük, tanıtım ve güvenilirlik kaynağıdır.

Bir dizinleme servisine dahil olmak

Dergi indekslenme için nasıl gönderilir

- Doğru dizinleme servisini belirleyin. (ilk olarak rakip dergilerin hangi servislerde dizinlendiğine bakın)
- Konu kapsamlarının sizinkilerle doğru şekilde eşleştiğinden emin olun (ör. ilköğretim, biyoteknoloji).
- Kapsamlarının sizinkilerle eşleştiğinden emin olun (Birçoğu farklı türlerde uzmanlaşır – Ör.: konferans bildirileri, araştırma dergileri).
- Dahil olma kriterlerini kontrol edin (örnek için aşağıya bakın) ve derginizin kriterleri karşıladığından emin olun.
- Derginizin dahil edilip edilmeyeceğini sormak için “Editör” veya “Yayıncı” ile (bilgilerinde belirtildiği şekilde - farklı sistemlerin farklı uygulamaları vardır) iletişime geçin.
- Editör, derginizin dahil edilmek için uygun olup olmadığına karar vermek için yayın politikası, amaç, kapsam vb. hakkında ayrıntılı bilgi isteyecektir. Muhtemelen de örnek kopya isteyecektir.
- Çoğunun, seçim kriterleri ve iletişim bilgileri hakkında bilgi veren web siteleri vardır.

Sizden ne talep edecekler?

- Bazıları biçimlendirilmiş elektronik dosyalar isteyecektir (ör.; Medline XML etiketli veri talep etmektedir) - ancak derginizi dahil etmek istiyorsa özel uygulamalar yapacaklardır.
- Derginin düzenli olarak yayınlanmasını ve gönderilmesini isteyeceklerdir.

Size ne katacaklar?

- Tanıtım, görünürlük, güvenilirlik
- Finansal getiri: yok

Derginizin neden dahil edilmesini istiyorsunuz?

- Derginizi global pazarda görünür kılarlar.
- Derginize güvenilirlik verir - çoğu yayın kalitesi standartlarına sahiptir (ör. CAB Abstracts veya MEDLINE), bu sayede yazar ve okurlara derginizin kalite standartlarını karşıladığını gösterir.

Derginiz Dizinlenirse

- Derginize ve web sayfanıza, dizinlendiğinize ilişkin bir bilgi girdiğinizden emin olun – bu derginiz için iyi bir tanıtımdır.

Bazı dizinleme hizmetleri örnekleri (metinler web sayfalarından alınmıştır)

Directory of Open Access Journals

www.doaj.org

DOAJ'in amacı, açık erişimli bilimsel ve akademik dergilerin görünürlüğünü ve kullanım kolaylığını arttırmak, böylece kullanımlarını ve etkilerini artırmayı teşvik etmektir.

DOAJ kapsamlı olmayı ve içeriği garanti etmek için bir kalite kontrol sistemi kullanan tüm açık erişimli bilimsel ve akademik dergileri barındırmayı amaçlamaktadır. Kısacası, DOAJ açık erişim dergilerinin kullanıcıları için tek durak noktası olmayı hedeflemektedir.

- DOAJ şu anda dizinlenme için yüksek kalite kriterlerine sahiptir - Tüm dergilerin takip etmesi önerilir; doaj.org/bestpractice.

CAB Abstracts

www.cabi.org

Kendi türünün en kapsamlı veri tabanı olan CAB Abstracts araştırmacılara, 1973'ten itibaren 8.6 milyondan fazla kayıt ve her yıl eklediği 380.000'den fazla öz ile anında erişim sağlıyor. Uygulamalı yaşam bilimlerinin kapsamı tarım, çevre, veterinerlik bilimleri, uygulamalı ekonomi, gıda bilimi ve beslenmeyi kapsamaktadır. Daha az bilinen ve İngilizce olmayan dergileri ve bağımsız bilimsel dergi yayıncıları tarafından yayınlanan tüm yayınları işliyor. Araştırmacılar çoğu makalenin İngilizce özetleri de dahil olmak üzere, 50 dilde 120'den fazla ülkenin yayınları ile birlikte, herhangi bir konu için en kapsamlı küresel fotoğrafa erişebilirler.

Medline, PubMed and PubMed Central

Medline

www.nlm.nih.gov/bsd/pmresources.html

MEDLINE, Birleşik Devletler Ulusal Tıp Kütüphanesi (NLM)'nin öncü bibliyografik veritabanı olup, biyomedikal alanını yoğunluğuyla yaşam bilimlerindeki dergi makalelerine 24 milyondan fazla referans içermektedir. MEDLINE, 1966'dan günümüze yayınlanmış literatürü ve bu dönemden önceki seçili literatürü kapsamaktadır.

Kaynak: Şu anda, yaklaşık 40 dilde 5,600'den fazla dünya çapındaki dergiden alıntı; yaklaşık 60 dide eski dergilerden alıntı.

MEDLINE'in kapsamı biyomedikal ve sağlıktır. Sağlık profesyonelleri ile temel araştırma ve klinik bakım, halk sağlığı, sağlık politikası geliştirme veya ilgili eğitim faaliyetleri ile uğraşan diğer kişilerin gerek duyduğu yaşam bilimleri, davranış bilimleri, kimya bilimleri ve biyomühendislik alanlarını kapsayacak şekilde tanımlanmıştır.

PubMed

www.ncbi.nlm.nih.gov/PubMed

PubMed, biyomedikal literatürde MEDLINE'dan, yaşam bilimleri dergilerinden ve çevrimiçi kitaplardan 26 milyondan fazla alıntı içerir. PubMed alıntıları ve özetleri yaşam bilimleri, davranış bilimleri, kimya bilimleri ve biyomühendislik bölümlerini kapsayan biyomedikal ve sağlık alanlarını içerir. PubMed ayrıca diğer ilgili web sayfalarına erişim ve diğer NCBI moleküler biyoloji kaynaklarına bağlantı sağlar.

PubMed, Ulusal Biyoteknoloji Bilgi Merkezi (NCBI) tarafından geliştirilen ve sürdürülen, ABD Ulusal Tıp Kütüphanesi (NLM) Ulusal Sağlık Enstitüleri'nde (NIH) yer alan ücretsiz bir kaynaktır. Dergi yayıncıları alıntılarını NCBI'ye gönderilebilir ve daha sonra LinkOut'u kullanarak dergi web sayfalarından makalelerin tam metnine erişim sağlayabilir.

PubMedCentral

www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc

PubMed Central® (PMC), ABD Ulusal Sağlık Enstitüleri Ulusal Tıp Kütüphanesi'nde (NIH / NLM) biyomedikal ve yaşam bilimleri dergisi literatürünün ücretsiz bir arşividir. Tüm dergi yayınlarına ücretsiz erişim, PMC'nin temel ilkesidir. PMC, katılımcı dergilerin yanı sıra, katılımcı araştırma finansmanı kurumlarının kamu erişim politikalarına uygun olarak sunulmuş yazar makaleleri için de oluşturulan bir literatür deposudur. PMC, yayıncılara erişim ve dergi içeriğinin dizinlenmesi için çeşitli yollar sunar. PMC'ye katılmak isteyen dergiler, PMC'nin minimum gerekliliklerini karşılamalı, resmi bir başvuru sunmalı ve derginin içeriğinin bilimsel ve editöryal niteliğini, ayrıca dijital dosyalarının teknik kalitesini gözden geçirmelidir. PMC'ye katılım ve gözden geçirme adımları için gereksinimler hakkında daha fazla bilgiye "Add a Journal to PMC" ve "FAQ" sekmesinden erişilebilir.

Ulrich's

www.proquest.com/products-services/Ulrichsweb.html

Ulrich'in bilgi tabanı, erişilebilir en kapsamlı baskı ve elektronik seri veri kaynağıdır ve 950 konu alanı ve 200 dilde 90.000 yayıncıdan 300.000'den fazla seri için derinlemesine kapsama alanı sunar.

Web of Knowledge, Journal Citation Reports, vb.

clarivate.com

- 2016 yılının sonunda Thomson Reuters'in bir kısmının satıldığını ve şu anda "Clarivate Analytics" adı altında ticaret yaptığını unutmayın.
- Bu veritabanları, yıllık Etki Faktörü değerlendirmesini üreten Journal Citation Reports (JCR)'un oranlarını bildirir.
- Clarivate tarafından kabul edilmek için seçim süreci ile ilgili makaleyi okuyun: clarivate.com/essays/journal-selection-process.

Scopus

www.elsevier.com/solutions/scopus

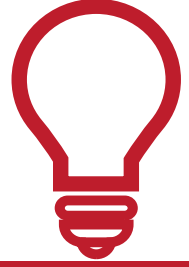
Scopus 5.000 'den fazla uluslararası yayıncıdan 22.000' den fazla başlık ile hakemli araştırma literatürünün dünyadaki en büyük özet ve atıf veri tabanıdır.

- Etki Faktörü Puanı üretmemesine rağmen, Scopus alıntı analizi yapmaktadır (örneğin, dergi bilgilerini sağlamak için Scopus verilerini kullanan bir hizmet olan SciMago'ya bakın: www.scimagojr.com).

Sahte ve "zaman kaybı" dizinler

Sahte ve zaman kaybı dizinlerin sayısında yakın zamanda bir artış olduğunu unutmayın. Bu indeksler, dergiyi dizinlemek için ücret ister veya bir "etki faktörü" sağlamaya söz verirler. Tüm dergiler şunu unutmamalıdır:

1. Dizinenmek için ödeme yapmamalısınız
2. Sadece Clarivate dizinlerine dahil edilen dergilerin - Science Citation Index Expanded (SCIE) ve Social Sciences Citation Index (SSCI) (bk. mjl.clarivate.com) - akademi tarafından dergileri sıralamak için kullanılan bir Etki Faktörü vardır - diğer tüm ölçekler ilginç olabilir, ancak aynı onay sertifikasını sağlamaz.
3. Dazine veri sağlamak için gösterdiğiniz çabaya karşılık dizinin size verdiği değeri dengeleyin - görünürlüğünüzü artırın ve sizin tarafınızdan çok fazla çaba gerektirmeyen bir servis tarafından dizinlenmelisiniz.



ANAHTAR NOKTALAR

- Dizineleme sistemleri dergi kalitesinin onayı ve görünürlüğü arttırmak için değerli olabilir.
- Dahil edilmeniz gereken önemli dizinleri belirleyin (rakip dergileri kontrol edin).
- Dazine dosya sağlama çabanıza karşılık çıkarlarınızı dengeleyin
- Bir sebepten dolayı en yüksek kalitede dizinlere dahil edilmenin zor olduğunu unutmayın!

Kaynak 14F: Bloglar

Öz: Bir blog, derginizi ve içerdiği makaleleri yayınlamaya yardımcı olabilir. Bu belge, bir bloğu basit ve hızlı bir şekilde nasıl kurup sürdüreceğinizi açıklamaktadır.

Neden bir blog kurmalıyız?

İyi bir blog, derginizi ve makalelerinizi daha geniş bir kitleye tanıtmanıza, topluluğunuza web sayfanızı daha sık ziyaret etmeleri için bir neden vermesine ve derginizi zihinlerde daha belirgin hale getirmelerine yardımcı olabilir. Araştırmayı kolay anlaşılır bir şekilde açıklayan blog yayınları, sosyal medyada yaygın olarak paylaşılabilir hatta medyada ve Science Alert gibi önemli bloglarda bile yer alabilir.

Bir blog, kitlenize sosyal ağlar gibi üçüncü taraflarca kontrol edilmeyen başka bir rota da sunar.

Popüler bir blog, ana web sayfanızın arama sıralamalarını artırabilir, ziyaretçi sayınızı daha da artırabilir!

Blog nasıl kurulur?

- Bir blog kurmak için birçok ücretsiz, kullanımı kolay yazılım bulunmaktadır. En iyi bilinen blog yazılımı, başka alternatifler olsa da, dünya çapında 75 milyondan fazla blog tarafından kullanıldığı tahmin edilen WordPress'tir. Birkaç farklı sürüm mevcut: bunlardan bazıları ücretli, ancak diğerleri ücretsizdir. (Ancak, ücretsiz sürümler sitenize reklam ekleyebilir, bu da ciddi bir sorun olabilir, çünkü ne tür reklamların gösterildiği kolayca kontrol edilemediği için bazı reklamlar sizin topluluğunuz için uygun olmayabilir.)
- Bloglar, bloglama yazılımı sağlayan şirketin ev sahipliğinde ya da kendi sitenizde barındırılabilir. Kendinize ev sahipliği yapmak karmaşık olsa da, size daha fazla esneklik ve bağımsızlık sağlar. Bir yazılım şirketi tarafından barındırılmayı seçerseniz, şirketin sitesinde bunun için bir URL seçmeniz gerekecektir. Bu genellikle ev sahibi ismini takiben seçtiğiniz bir isim şeklini alacaktır. Bloğun derginize bağlı olduğunu açıkça belirten bir URL seçtiğinizden emin olun. Ör.: derginizinadi.wordpress.com.
- Bloğunuzun yazılım şirketi tarafından barındırıldığını veya ana sitenizin bir parçası olup olmadığına bakmaksızın, blogda aynı renk şemasını kullanarak ve mümkün olduğunca benzer bir tasarım kullanarak ana sitenize ait gibi görünmesini sağlayın.
- Bloğunuzdan web sayfanıza ve web sayfanızdan da bloğunuza belirgin bir şekilde bağlantı kurduğunuzdan emin olun. Kullanıcılar bloğunuzu sık sık ziyaret ederse, sonuç olarak derginize bir göz atma olasılıkları da yükselecektir- bunu yapmalarını onlar için kolaylaştırın.

Blogda hangi içerikler kullanılmalı?

- Bloğunuzdaki içerik için en iyi kaynağınız yazarlarınız ve editörlerinizdir. Editörleriniz yazarlarınızdan genel okuyucu kitlesi için makalelerinin kısa özlerini (belki 400 ila 600 kelime arasında) yazmalarını isteyebilir. Bunun, araştırmalarına daha geniş bir okuyucu kitlesinin dikkatini çekmenin ve çalışmalarını okuyan kişi sayısını artırmanın iyi bir yolu olduğunu açıklayın.
- Alternatif olarak, editörleriniz bu gönderileri kendileri yazmak için istekli olabilirler. Basit terimlerle cevap verebilecek bazı örnek sorular vererek yazarlarınızın işini kolaylaştırabilirsiniz - ör.:
 - Araştırmanız ne gösteriyor?
 - Bu neden önemli?
 - Hangi etkileri var? Veya bir şeyleri nasıl değiştirecek?
 - Bundan sonra ne yapmayı planlıyorsunuz?
- Yazarlarınız cevaplamakta isteksizse, telefonla veya e-postayla görüşme yapmayı ve yanıtlarını bir gönderiye yazmayı düşünebilirsiniz.
- Gönderinin bir parçası olarak orijinal makaleye ilişkin bir link eklediğinizden emin olun.

- Ayrıca blogda dergi hakkında önemli bir haberi de yazabilirsiniz. Ayrıca son sayının önemli noktalarını vurgulayan kısa bir blog yazısı sayının tanıtımında etkili olabilir.
- Mümkün olan yerlerde, her blog gönderisini göstermek için bir fotoğraf kullanın - yazarlarınız bunları sağlayabilmelidir. Resimler, özellikle sosyal medyada paylaşıldıklarında, gönderinin yalnızca birkaç satır altında belirgin bir şekilde gösterildiğinde, yayınların daha çarpıcı görünmesini sağlar.

Bloga ziyaretçi nasıl çekilir

- Sosyal medya hesaplarınızı kullanarak blog yayınlarınızı Twitter'da ve / veya Facebook'ta her yeni blog yayınının duyurulduğu yeni bir gönderiyle tanıttığınızdan emin olun. Yazarlarını gönderilerini kendi sosyal medya hesaplarında da paylaşmaları için teşvik edin. Ayrıca, Twitter'daki eski gönderilerinizin bağlantılarını da paylaşabileceğinizi ve paylaşmanız gerektiğini unutmayın - bunu kimse umursamaz!
- Posta listenizdekilere en son uyarı e-postanızda blogdan – ve en ilginç gönderilerden – söz etmeyi unutmayın.
- Düzenli olarak güncellendiği gördüklerinde, kullanıcılarınızın blogunuza dönme olasılığı oldukça yüksektir. Eğer yapabilirseniz, haftada bir kez veya en az iki haftada bir kez gönderi paylaşın. Günde üç kez gönderi paylaştıktan sonra bir ay ara vermeyin. Herhangi bir konuda yayınlamaya hazır iki veya üç blog gönderiniz bulunduğundan emin olun - böylece – bir hafta kaçırsanız bile - yayınlayacak gönderiniz olmadığında birkaç hafta ileride olacaksınız. Alışkanlıklardan kurtulmak ve gönderi sıklığınızı azaltarak, düzeni bozmak çok kolaydır.



ANAHTAR NOKTALAR

- Yazarların makalelerinin erişilebilir özetlerini yazmasını sağlayın.
- Düzenli olarak gönderi paylaşın, çok sayıda gönderiniz yoksa iki haftada bir paylaşım yapın.
- Gönderilerinizi sosyal medya ile desteklediğinizden emin olun.

Kaynak 14G: Ölçme

Öz: Ölçüm ve matematiksel analizler derginizi tanıtmamanın çok önemli bir parçasıdır -onlarsız, yaptığınız şeyin işe yarayıp yaramadığını bilemezsiniz! Bu belge, faaliyetlerinizin başarısını ölçmenin bazı yollarını önermektedir.

Derginizi tanıtmak için zaman harcıyorsanız, bu sürenin ne kadar etkili bir şekilde harcadığını -neyin işe yaradığı ve nelerin işe yaramadığı- bilmek istersiniz. Yeni bir stratejiye veya belirli bir yönteme başlamadan önce, bulunduğunuz durumda aldığınız sonuçları değerlendirmeli ve ilerlemenizi ölçmek için bunları başlangıç noktası olarak kullanmanız gerekecek. Ulaşılabilir hedeflere karar verebilmeniz için de bu başlangıç noktasını kullanabilirsiniz.

Web analizi faaliyetlerinizin sonuçlarını izlemenizi sağlar, böylece zamanınızı verimli bir şekilde geçirip geçirmediğinizi belirleyebilir ve umduğunuz sonuçları alamadıysanız bir şeyleri değiştirebilirsiniz.

Google Analytics

Çevrimiçi etkinliğinizin verimliliğini ölçmenin önemli bir yolu, insanların web sayfanıza nasıl ulaştığını öğrenmenizi sağlayan URL'lerdir. Google Analytics, Google'ın web sayfası trafiğini izlemek için geliştirdiği ücretsiz bir araçtır. Web sitenizin ne kadar trafik aldığını ve sayfalarınızın tek tek ne kadar popüler olduğunu görmenizi sağlar Siteniz için önceden ayarlanmışsa, çevrimiçi etkinliğinizin hangi bölümlerinin trafiği daha fazla yönlendirdiğini izlemek göreceli daha kolaydır. Siteniz için Google Analytics kurulumunuz yoksa kayıt olabilir ve sitenizden sorumlu kişiye iletebileceğiniz talimatları alabilirsiniz, bu önemsiz bir iş değildir ve uygulamak için zaman ve uzmanlık gerektirebilir.

Google'ın ayrıca URL oluşturucu adlı bir kaynağı vardır ve bu her bir tweet, e-posta veya Facebook yayını için kullanabileceğiniz benzersiz bir URL oluşturmanıza olanak tanır, böylece, her etkinliğin sitenize ne kadar trafik yönlendirdiğini görebilirsiniz. URL'yi bir alana yapıştırır ve daha sonra kullandığınız yönteme göre başkalarını doldurursunuz. Örneğin e-posta veya Facebook - ve bu "kampanya" için bir ad oluşturun - ör. "sayı21lansmanı" ve araç bu bilgiyi içeren uzun bir URL üretir. (Nasıl çalıştığını gösteren bir resim için sonraki sayfaya bakın).

Sitede ayrıca daha kısa ve daha paylaşılabılır bir URL oluşturmak için de bir araç vardır. Alternatif olarak, oluşturduğunuz bağlantıları kaç kişinin tıkladığını ölçmek için kendi analizine sahip olan Bit.ly gibi ücretsiz bir araç kullanabilirsiniz. Sitenizde Google Analytics'iniz yoksa, bir kez size özel URL'nizi oluşturduktan sonra, onu Bit.ly'ye yapıştırabilir, matematiksel analizi kullanabilirsiniz.

Hangi yöntemi kullanırsanız kullanın, farklı etkinliklerin sonuçlarını tutarlı bir şekilde karşılaştırabilmeniz için ona bağlı olduğunuzdan emin olun. Bit.ly gibi araçlar, kısa URL'nizi kişiselleştirmenize izin veriri böylece akılda kalıcı bir şey seçmenizi sağlar. Web matematiksel analizinin, URL içeren basılı kaynaklar için de kullanılabilirliğini unutmamak önemlidir.

Basılı bir kampanya için özel bir bireysel URL oluşturabilir ve tanıtım materyallerinize basabilirsiniz; daha sonra kullanıcıların sitenize ulaşmak için bu URL'yi kaç kez yazdıklarını kontrol etmek için bu kaynakları kullanabileceksiniz. (Yazılı materyallerde akılda kalıcı bir URL özellikle önemlidir; birinin URL'ye **bit.ly/fhlsdidaj!** adresini doğru yazmasından **bit.ly/journaloffer** yazması daha muhtemel olacaktır).

Kampanya URL'si Oluşturucu

Bu araçlar, URL'lere kampanya parametrelerini kolayca eklemenizi sağlar, böylece Google Analytic'teki Custom Campaigns 'ları izleyebilirsiniz.

Web sayfa URL'sini ve kampanya bilgisini girin.

Aşağıdaki formda zorunlu alanları doldurun (* ile işaretlenmiş) Form tamamlandığında kampanya URL'si sizin için oluşturulacaktır. (not: Oluşturulan URL, değişiklik yaptığınızda otomatik olarak güncellenir)

*Web sayfası URL'si

*Kampanya kaynağı

*Kampanya ortamı,
materyali

*Kampanya adı

*Kampanya dönemi

*Kampanya içeriği

Oluşturulan kampanya URL'sini paylaş

URL'yi, bu özel kampanyayla ilişkilendirilmek istediğiniz tanıtım kanallarında kullanın.

Kampanya parametrelerini URL kısmına kurun (önerilmez)

URL'yi Kopyala

URL'yi Kısa bağlantıya dönüştür

Sosyal medya analizi

Sosyal medya sitelerinin de kendi faaliyetlerini ölçme yolları vardır. Hem Twitter hem de Facebook, tweet'lerinizin ve gönderilerinizin erişimini ve etkisini ölçmenizi sağlayan çok miktarda veri sunar. Her biri, verileri çalışma tablosu biçiminde dışa aktarmanıza olanak tanır, böylece sonuçları daha kolay bir şekilde analiz edebilirsiniz.

Facebook'ta, bu bilgileri sayfanızın en üstündeki "Insights" sekmesinde bulabilirsiniz. Başlangıçta, sayfanızda önceki yedi güne ait etkinlik özetini verir ancak diğer etkinlik türlerine de bakmak için sayfanın solundaki sekmeleri kullanabilirsiniz. Sonuçları analiz etmek için çok fazla zamanınız yoksa genel bakış sayfanız muhtemelen size yeterli bilgiyi sağlayacaktır. Bu verileri sayfanın sağ üst tarafındaki "Verileri Dışa Aktar'a" tıklayarak bir çalışma tablosuna aktarabilirsiniz. Bu, büyük miktarda veriye sahip bir çalışma tablosu oluşturacaktır, ancak sizin için önemli olan öğeleri filtrelemek oldukça kolaydır: büyük olasılıkla en çok sayfanızı kaç kişinin görüntülediği, beğendiği, yorum yaptığı, gönderi paylaştığı ile ilgileneceksiniz. Twitter erişebileceğiniz detaylı analizlere de sahiptir. Ön sayfa size en önemli ve üst düzey istatistiklere sahip bir kontrol paneli sunar.

Tweetler sekmesi - sayfanın üst kısmındaki Tweetler seçeneğine tıklayarak erişilebilir - bireysel tweet'lerin nasıl performans gösterdiği hakkında daha fazla bilgi verir. Gösterilen tarih aralığını değiştirebilir ve sayfanın sağ üst tarafındaki seçenekleri kullanarak bu bilgileri çalışma tablosu biçiminde dışa aktarabilirsiniz.



ANAHTAR NOKTALAR

- Yeni bir strateji veya yöntem denemeden önce, mevcut sonuçlarınızı kaydettiğinizden emin olun. Böylece yeni girişimlerinizin başarısını ölçebilirsiniz.
- Birkaç çevrimiçi araç, özel, bireysel URL'ler oluşturmanıza olanak tanır, böylece kişileri web sitenize yönlendiren şeyi anlayabilirsiniz.
- Sosyal medya platformlarının, faaliyetinizin ne kadar etkileşim içinde olduğunu size aktarabilecek kendi matematiksel analizleri vardır. Bu analizler her türlü etkinliği izler, ama küçük bir kısmını kontrol etmeniz gerekebilir.
- Çevrim dışı tanıtımın yanı sıra çevrimiçi yöntemlerin başarısını izlemek için de web analizlerini kullanabilirsiniz.

Kaynak 14H: Basın Bültenleri

Öz: Basın bültenleri, derginizdeki araştırmalar için uluslararası, uzman olmayan bir okuyucu kitlesi oluşturmanıza yardımcı olabilir. Bu kaynak, basın bülteninin nasıl yazılacağını açıklar.

Basın bültenleri, günlük tanıtım stratejinizin önemli bir parçasıdır. Medya, yayınladığınız bir araştırmaya ilgi duyuyorsa, araştırmanın okuyucu kitlesini büyük ölçüde artırabilir, potansiyel olarak derginizin var olduğuna dair hiçbir fikri olmayan uluslararası ve uzman olmayan okuyuculara götürebilir. Ve eğer bir gazeteci bir hikaye için sizi bir kez kullanırsa, gelecekte diğer hikayeler için size bakma olasılığı daha yüksektir - bilgilerinizi sakladığınızdan ve ilgilerini çekebilecek gelecekteki basın bültenlerini gönderdiğinizden emin olun!

İyi haber hikayesi nedir?

Basın bültenlerini yazmak zaman alıcı olabilir ve bu, her makale için yapacak zamanınız olmaz. Hangi bilimsel makalelerin "haber değeri" olduğunu düşünmeniz gerekir: medyanın ve kamuoyunun ilgisini çekebilecek olan budur. Gazeteciler, haber değeri taşıyan hikayeleri bulmak için sıkıntılı tarihler altında ve hızlı kararlar alacaklar. Aradıkları iki önemli şey, bir hikâyenin okuyucularına ilginç olup olmadığı ve yeni olup olmadığıdır. Bu araştırmanın insanların günlük yaşamlarında doğrudan bir fark yaratıp yaratmayacağını ve yeni bir keşif yaptığını ya da en azından mevcut bir kuramın kesin kanıtını sunup sunmadığını kendinize sorun.

Gazeteci ayrıca aşağıdaki noktaları da dikkate alacak:

- **Etki** - Daha büyük olan daha iyidir: bu hikaye kaç kişiyi etkileyecek?
- **Geliştirme** - Hikayeniz yeni bir keşif değilse, belki de zaten kamu yararı olan bir hikaye hakkında bilgi veriyordur. Popüler bir hikâyede yeni bir bakış açısı var mı?
- **Tartışma** - Makaleniz iyi kurulmuş bir teoriye veya ortak bir bilgi olduğu düşünülen bir fikre meydan okuyor mu?
- **Olumsuzluk** - Ne yazık ki, büyük haber hikayeleri genellikle kötü haber hikayeleridir. Makaleniz insanları bir tehlike açısından uyarıyor mu, yoksa kötü haberlere kaynak sağlıyor mu?
- **İnsan ilgisi** - İnsan ilgisi, okuyucuyu, kendi hayatlarını düşünmelerini sağlayarak ("bana da olabilirdi") veya her zaman merak ettikleri bir soruya cevap vererek, hikayenin merkezine getirir ("insanlar neden aşık oluyorlar"). Hikayenize insani bir ilgi unsuru verebilir misiniz?

Ayrıca, gazeteciler hikâyeyi kullanmaları için ne kadar kolay olduğunu da düşüneceklerdir. Gazetecinin hikâyeyi olduğu gibi kullanabilmesi için ya da hikâyeyi yazmak için daha fazla çalışma yapmaması açısından, basın açıklamasında tüm önemli noktaları dahil ettiniz mi?

Basın bülteni yazma

Ardından araştırmayı gazeteler ve web sitelerinin kullanabileceği basit bir dille özetlemeniz gerekir. Makaleden sorumlu editör ya da yazar, uzman olmayan bir kişi tarafından anlaşılabilir olması için yeterince basit olduğundan emin olmak için makalenin basit bir özetini üreterek yardımcı olabilir. Eğer yazarınız konu hakkında bir blog yazısı yazmışsa (bk. Kaynak 13E - Daha fazla bilgi için Bloglar), bu mükemmel bir başlangıç noktası olacaktır. Ayrıca, tavsiye için Kaynak 14B'ye bakınız.

Basın bülteni, araştırmanın ana bulgularını basit bir dille özetlemeli ve yazarın daha fazla ilgi duyması için alıntı yapmalıdır. Mümkünse fotoğraflar dahil edilmelidir. Bunlar hikayenizi gazetecilere daha çekici hale getirecek ve yayımlandığında daha fazla öne çıkmasına yardımcı olacaktır.

Ayrıca derginizle ilgili bilgileri ve iletişim bilgilerinizi de içermeli, böylece ilgili gazeteciler daha fazla bilgi edinmek ve belki de gazetenin yazarıyla bir röportaj yapmak için sizinle iletişime geçebilir. (Yazarın gazetecilerle konuşmaya hazır olduğundan emin olmanız gerekir).

Basın bülteninin gazetecilere sunulması

Yerel gazeteciler için iletişim bilgileriniz varsa, bunları doğrudan basın bültenine gönderebilirsiniz. Ayrıca AlphaGalileo (www.alphagalileo.org) ve EurekaAlert! (www.eurekaalert.org) gibi yaygın olarak kullanılan bazı basın bülteni dağıtım hizmetleri de var.

Kaynaklar

Leicester Üniversitesi Dış İlişkiler Bölümü, 'Bir basın bülteni nasıl yazılır', www2.le.ac.uk/offices/external/news/publicising/how-to-write-a-press-release (Erişim tarihi: 30 Ağustos 2017)
(Bu kaynak ipuçlarını, şablon ve etkili basın bültenleri örneklerini içerir).



ANAHTAR NOKTALAR

- Basın bültenlerinin yazılması zaman alıcıdır - kamuoyunun ilgisini çekeceğini düşündüğünüz makalelere odaklanın.
- Hikayenizin neden gazeteciler ve okuyucuların ilgisini çekeceğini düşünün! İnsanların günlük yaşamlarındaki etkisini vurgulayın.
- Uzman olmayan bir kitleye erişebilen basit bir dil kullandığınızdan emin olun.

Kaynak 14I: Akademik Araştırma Ağları

Öz: Bilimsel araştırma ağları, araştırmaları yayınlamanın alternatif yollarını sunar, ancak yayıncılar için de zorluklar sunmaktadır. Bu bölüm en popüler ağlardan bazılarını tanıtmakta ve araştırmacılarınızın bunları nasıl kullanabileceğini açıklamaktadır.

Bilimsel araştırma ağları aslında akademisyenler için sosyal ağlardır. Akademisyenlerin kendi profil sayfalarını oluşturarak ve araştırmalarını (ya da bağlantılarını) göndererek kendi profesyonel ağlarını oluşturmalarına izin veriyorlar. Bu tür ağlarda paylaşılan dosyalar genellikle daha sonra resmi olarak yayıncının onayı ile yayınlanmış olan malzemenin önceden yazdırılmış sürümlerini içeriyor olsa da, yayıncının izni olmadan paylaşılmış büyük miktarda akademik içeriği de kapsar. Bunların kurumsal depolar olmadıklarını hatırlamak önemlidir, ancak genellikle kâr elde etmeyi amaçlayan özel olarak sahip olunan web siteleridir.

Bu ağlar dünya çapında giderek daha popüler hale geliyor ve araştırmacılar tarafından hem araştırmaları tanıtmak hem de keşfetmek için kullanılıyor. Bunlar, dergilerinizde yayın yapmış araştırmacılara, araştırmalarıyla ilgili kamuoyunu bilinçlendirmek ve sonrasında derginiz için de fırsatlar sunabilir .

En çok bilinen iki site [ResearchGate](https://www.researchgate.net/) ve [Academia.edu](https://www.academia.edu/). Örnek bir profil: www.researchgate.net/profile/David_Nicholas5 Eğer yazarlarınız bu sitelerde hesap oluşturuyorsa, araştırmalarının ön baskı sürümlerini orada yayınlamalarından, derginize itibar etmelerinden mutlu olabilirsiniz; bununla birlikte, bu, kendi sitenizdeki araştırmayı okuyan kişilerin sayısını azaltacağına dair önemli bir risktir. Bu nedenle, onların sadece araştırmalarına link göndermelerinden daha mutlu olabilirsiniz. Bu konudaki politikanıza karar vermeniz ve yazarlarınızla, editörlerinize kararınızı açıklamamız gerekir.

Diğer destekleyici site türleri

Kudos, araştırmacıların daha geniş bir kitleye fayda sağlamak için araştırmalarını sade bir dille açıklayabilecekleri bir platformdur. Araştırmacılar için ücretsizdir - bir hesap oluşturduktan sonra, sitenizdeki yayınlanmış tam sürümün bir bağlantısıyla birlikte araştırmalarının bir özetini (ve bloğunuz için yazmış olabilecekleri herhangi bir gönderi) paylaşabilirler. Bu özetle ilgili bağlantıları e-postayla, web sitelerinde ve sosyal medya kanalları aracılığıyla paylaşmaları teşvik edilir ve bu özetin yazım ve paylaşımının kitle üzerinde yarattığı etkiyi görmek için Kudos'un araçları kullanılabilir. Bakınız: www.growkudos.com/about/researchers

Publons, araştırmacıların yayınlanmış makalelerin özetini gönderebileceği bir sitedir. Bir DOI verilerek, küçük bir yayın olarak gösterilebilir. Ayrıca, dergiler siteyle ortak olabilir, böylece eleştirmenler çalışmalarından dolayı kredi alırlar. Bir derginin kendisini tanıtmaya ve yorumcularını tanıması için yararlı bir sosyal site olabilir. Bakınız: www.publons.com/journal/4275/learned-publishing

PubPeer, yayın sonrası ekran değerlendirmesini teşvik etmek için başka bir girişimdir. Yayınlar hakkında yorum elde etmek için değerli bir araç olabilir ve dergilerin editörleri için makalelerini tartışmaya teşvik edecek fırsatlar olup, olmadığını araştırmak için faydalı olabilir.

Bakınız: www.pubpeer.com/journals/African-Journal-of-Biotechnology



ANAHTAR NOKTALAR

- Bilimsel araştırma ağları, akademisyenlerin araştırmalarını paylaşma için gittikçe daha yoğun kullandığı popüler yollardır, ancak aynı zamanda sitenizde araştırmaları okuyan kişilerin sayısı üzerinde de bir etkisi olabilir.
- Derginiz için akademik araştırma ağları ile ilgili bir politikaya karar verin ve yazarlarınızın bunu bildiğinden emin olun.



Bu çeviri kitabı Trakya Üniversitesi ve TÜBİTAK ULAKBİM'in katkılarıyla basılmıştır. Ücretsizdir.
Elektronik kitap: <https://editorelkitabi.trakya.edu.tr>



INASP

2/3 Cambridge Terrace,
Oxford OX1 1RR, UK
Tel:+44(0)1865 249909
Fax:+44(0)1865 251060
E-mail: info@inasp.info
www.inasp.info
twitter.com/INASPinfo
facebook.com/inasp.info
Charity No. 1106349
Company No. 04919576

Design: stevendickie.com/design

www.inasp.info

ISBN 978-975-374-235-1 (Basılı)
ISBN 978-975-374-236-8 (Elektronik)