

## بهبود ضریب تاثیر مقالات پژوهشی\*

نویسنده: جانانان دی لیتون\*\*

مترجمین: علی ملکی<sup>۱</sup> عرفان مصلح<sup>۲</sup>

اهیت علمی، دانشگاه صنعتی شریف؛ a.maleki@sharif.ir

<sup>۲</sup>پژوهشگر، پژوهشکده سیاست گذاری علم، فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف؛ erfana.mosleh@mehr.sharif.ir

### چکیده:

هدف این مقاله کمک به نویسندگان برای حداکثر کردن ضریب تاثیر<sup>۱</sup> مقالات است. با وجود اینکه این سرمقاله به طور ویژه برای مجله Technovation نوشته شده است؛ بسیاری از موارد پیشنهاد شده آن قابل استفاده و تطبیق در سایر مجلات می‌باشد. ارزش هر مقاله به نوآوری آن در زمینه تخصصی خود هست، با این حال این نوشتار باور دارد که راه حلی یکپارچه جهت ارائه موثر این نوآوری وجود دارد و سعی دارد که این روش یکپارچه را تبیین کند.

۲۰۰۵، به بیش از ۷۰۰ مقاله در سال ۲۰۱۴ رسیده است. با این حال، از آنجا که نشریه، معیارهای کیفی پذیرش مقالات را به طور قابل توجهی افزایش داده است و مقالات خارج از محدوده‌ی اصلی نوآوری فناورانه<sup>۲</sup>، کارآفرینی و مدیریت تکنولوژی را چاپ نمی‌کند؛ مقالات کمتری پذیرفته می‌شوند. در ۱۰ سال گذشته، تعداد نشریات منتشر شده افزایش قابل توجهی داشته است، که این موضوع، تا اندازه‌ای اثر تعداد نسبتاً ثابت مقالات منتشر شده در مجلات با ضریب تاثیر بیشتر را جبران می‌کند.

مجموعه‌ای از درخواست‌ها، پیشنهادات و مشاهدات ارائه می‌شود تا به نویسندگان در تهیه‌ی مقاله‌ای با حداکثر تاثیر کمک کنند. اگرچه در بیشتر مؤسسات توقع و انتظار برای انتشار تعداد بیشتری مقاله [این انتظار از محققان، دانشجویان و اساتید است که مقالات بیشتری بنویسند] در حال افزایش است، ولی فقط تعداد کمی از مجلات دارای کیفیت و معتبر، تعداد مقالات منتشره‌ی سالانه‌ی خود را افزایش داده‌اند. برای مثال تعداد مقالات ارسال شده برای مجله‌ی «Technovation» از کمتر از ۲۰۰ مقاله در سال

3. Core-area of technology innovation

\* improving impact of research papers

\*\* Jonathan D. Linton

1. Impact

۲. م: به غیر از سرفصل‌های مقاله، بقیه مواردی که کلمات بولد شده یا داخل کوتیشن قرار گرفته اند توسط مترجمین صورت پذیرفته است.

و قالب<sup>۷</sup> و هم در سبک نگارش<sup>۸</sup> فراهم کرده اند، خواندن مقاله ساده تر شده و خواننده فقط کفایت بر محتوای مقاله تمرکز نماید. هر قدر سازگاری و یکپارچگی مقالات در قالب و سبک کمتر باشد، خواننده به جای توجه به محتوای مقاله، باید توجه بیشتری را بر تفسیر قالب مقاله اختصاص دهد. نویسندگانی که از اصول و قالب مجله‌ی مورد نظر استفاده می‌کنند، کار خواننده را راحت تر می‌کنند. این کار به خواننده کمک می‌کند از مقاله استفاده کرده و از آن تقدیر نماید. برای مثال، در نشریه «Technovation» پاورقی به کار برده نمی‌شود. برای این منظور بهترین کار این است که از داوران و ویراستاران خواسته شود. این نکته را به نویسندگان یادآوری نمایند- اجازه دهیم تا خواننده بر موارد دیگری تمرکز نمایند. مواردی که کمک می‌نماید؛ مقاله شما را بهتر درک کند. برای این منظور بررسی بیشتر و [دقیق تر] شماره‌های اخیر یک مجله به شما نشان می‌دهد که چه کارهایی در مقاله به یکپارچگی و سازگاری مقاله کمک می‌کند.

۲. فرض کنید خوانندگان خسته بوده<sup>۹</sup> یا عجله دارند، پس کار آنها را راحت کنید<sup>۱۰</sup>. به نسبت آنچه شما توقع دارید؛ داوران و خوانندگان زمان و توجه کمتری در اختیار دارند. در نتیجه توصیه می‌شود کار آنها را راحت کنید. ما می‌خواهیم

در انتشار مقالات دیدگاهی مرسوم وجود دارد که قائل به انتخاب میان «انتشار یا تباهی»<sup>۱۱</sup> است و از سیستم‌های درجه‌بندی و ابزارهای سنجش ناشی می‌شود و منجر به تمرکز بیش از حد بر پذیرش و چاپ مقالات پژوهشی بدون توجه به انتشار با بیشترین میزان تأثیر شده است. با این حال، اساتید باید توجه داشته باشند که پس از استخدام دایم، ارزیابی کیفی سریعاً از «تعداد مقالات منتشر شده»<sup>۱۲</sup> به «کیفیت و تأثیر هر مقاله منتشر شده»<sup>۱۳</sup> تغییر می‌کند. سیستم‌های رتبه‌بندی، در حال حرکت از کمیت به سمت کیفیت مقالات می‌باشد. به عنوان مثال تمرکز بر میزان ارجاع (Times Higher و Fi-nancial Times) و تأثیر (UK research Exercise) از آن جمله اند. با توجه به دلایلی که مبنی بر تمرکز بر افزایش تأثیر در مقابل تأکید صرف بر انتشار مقالات ذکر گردید، درس آموخته‌های ذیل پیشنهاد می‌گردد؛ پیشنهاداتی که حاصل مرور هزاران مقاله مجله «Technovation» و مقالات سایر مجلات می‌باشند:

۱. یکپارچگی (سازگاری)<sup>۱۴</sup> زیبا است - زیبا بنویسید<sup>۱۵</sup> - هرچه یکپارچگی و سازگاری یک مقاله بیشتر باشد، خواندن آن راحت تر است. تسلط بر یکپارچگی و سازگاری در نگارش مقالات مدیریت، در مجله «Harvard Business Review» کاملاً مشهود است. از آنجایی که این مقالات سازگاری را هم در شکل

7. Format

8. Writing style

۹. م: در متن اصلی مقاله از عبارت «are jet lagged» استفاده شده که اشاره به بهم ریختگی ساعت بدن در نتیجه سفر طولانی هوایی است. از اون جا که به نظر می‌رسید خستگی تا حد قابل قبولی مفهوم نویسنده را منتقل می‌کرد. در ترجمه از آوردن معادل آن صرف نظر کردیم.

10. Assume Readers are jet lagged, tired and in a rush-make the reader's job easy

1. Publish or perish

۲. م: این اصطلاح به این معنی است که مقاله در صورت عدم انتشار در مجلات معتبر علمی عملاً بی فایده است و تباه خواهد شد

3. How many papers published

4. What is quality and impact of each paper

۵. م: سازگاری اشاره به یکسان بودن قالب مقاله و سبک نگارش آن با

فرمت‌های استاندارد بخصوص فرمت نشریه را دارد

6. Consistency is Beautiful - be Beautiful

جا در مقاله، ذکر شود، مورد غفلت واقع نخواهند شد. برای مثال، از متن‌هایی مانند موارد زیر استفاده کنید: "این مقاله از طریق ... دستاورد مهم و جدیدی برای ادبیات علمی خواهد داشت / این مسئله مهم است، زیرا ...".

**۴. تکرار نکنید - مگر اینکه واقعا مهم باشد.**  
با تکرار دستاوردهای مقاله، نشان دهید که سایر مطالب کمتر ارزش تکرار را دارد. برخی نویسندگان تمایل دارند جزئیات را تکرار کنند. برای مثال، گرچه بخش "متد و روش" مهم است، ولی نیازی نیست جزئیات این بخش تکرار شود. **جدید بودن<sup>۶</sup>** و **کاربرد یافته‌ها<sup>۷</sup>**، چیزی است که خواننده واقعا به آن علاقه دارد. به طور خلاصه، مهم است که یک ایده یا واقعیت فقط در صورتی در مقاله تکرار شود که تأکید بر آن ایده یا واقعیت، دارای اهمیت بالایی باشد.

**۵. چه کسی از خواندن این مقاله به وجد می‌آید و چرا.** برخی مقالات به ندرت خواننده می‌شوند، درحالی‌که برخی مقالات با دقت و مکررا مورد مطالعه قرار می‌گیرند. یک مقاله‌ی خیلی خوب، باید جذاب و گیرا باشد. برای مخاطب مناسب ارسال شود و به شیوه‌ای ارائه گردد که توجه خواننده را به خود جلب کند و مهمتر از آن قابل اعتماد بودن برای خواننده است. یعنی مقاله در "چکیده" و "مقدمه" بیان می‌کند که چه چیزی را ارائه خواهد داد و سپس مطالب را مطابق با وعده‌ها به خواننده منتقل می‌کند. اگرچه اختصاص یک عنوان و چکیده گمراه کننده ممکن است به تعداد

خوانندگان از مقاله‌ی ما و آنچه مقاله قصد بیان آن را دارد؛ لذت ببرند. خواندن آسان یک مقاله، نه تنها با پیروی از یک فرمت سازگار، بلکه با ایجاد چکیده‌ای بدست می‌آید که خواننده بتواند از طریق آن بفهمد مقاله در کل راجع به چیست، به چه سؤالاتی قرار است پاسخ داده شود، روش تحقیق استفاده شده و دستاوردهای نظری و عملی<sup>۱</sup> کدامند. سعی کنید در تمام مقاله از سرفصل و عناوین فرعی استفاده نمایید تا خواننده را هدایت نمایید. این کار به خواننده اجازه می‌دهد محتوی را مطابق با اولویت خود، دنبال کند. برخی افراد تمایلی به خواندن یک مقاله از ابتدا تا انتها ندارند. برای مثال، ممکن است یک خواننده بخواهد دلالت‌های تجربی - مدیریتی و سیاستی<sup>۲</sup> مقاله را قبل از فهم سؤال مقاله بخواند (وجود سرفصل‌ها و عناوین فرعی مناسب، به این هدف کمک می‌کند).

**۳. دستاوردها و یافته‌ها<sup>۳</sup> را به وضوح بیان و تکرار نمایید.** اگر مورد با اهمیتی وجود دارد، باید به وضوح مطرح و حتی بیش از یک بار بیان گردد. "چکیده"، محل خوبی برای بیان یک تا دو جمله درباره‌ی دستاوردها و یافته است. در بخش‌های "بحث" و "نتیجه‌گیری"<sup>۴</sup> نیز باید صریحا دستاوردها و یافته‌ها بیان شوند. حتی آوردن یک جمله در ارتباط با دستاوردهای تحقیق در مقدمه‌ی مقاله نیز مناسب است. اگر دستاوردها در لفافه مطرح شود، خواننده ممکن است آن‌ها را از قلم بیاندازد. اما در صورتیکه دستاوردها به شیوه‌ای واضح و بیش از یک

1. Contributions to theory and practice
2. practical
3. Contribution
4. Discussion
5. Conclusions

6. novelty

7. Implication of the findings

هرچه یک ایده یا موضوع ارزش بیشتری داشته باشد، باید مورد توجه بیشتری قرار خواهد گیرد.

#### ۸. سؤال مقاله باید در اولین جمله باشد. مقالات

پژوهشی دانشگاهی باید فقط به یک سؤال پاسخگو باشند و فقط یک سؤال باید مدنظر قرار گیرد، زیرا نه تنها چیزی است که خواننده انتظار آن را دارد؛ بلکه اندازه و قالب مقالات نیز مطرح نمودن بیش از یک سؤال را دشوار می‌سازند. گاهی اوقات می‌بینیم در مقاله، سوال پژوهش وقتی طرح می‌شود که هشت صفحه از شروع مقاله گذشته است. این تاکتیک، باعث از دست دادن اکثر خوانندگان می‌شود. برخی خوانندگان اگر نتوانند سؤال پژوهش را در اولین پاراگراف پیدا کنند؛ از خواندن مقاله منصرف می‌شوند. مطمئن شوید خوانندگان مقاله را از دست نمی‌دهید. سؤال تحقیق خود را در اولین جمله‌ی مقدمه مطرح کنید. در ابتدا ممکن است انجام این کار مشکل به نظر برسد، ولی یک عادت مهم است که با تمرین آسانتر می‌شود.

#### ۹. یک خلاء<sup>۷</sup> را نشان بدهید و آن را پر کنید.

مقاله به سؤالی پاسخ می‌دهد که تاکنون پاسخی برای آن ارائه نشده است. بیان اینکه یک خلاء مهم وجود دارد؛ کافی نیست. نشان دهید این خلاء وجود دارد و بگویید چرا باید این خلاء از میان برداشته شود. در ترسیم خلاء بایستی به طور موجز، هم به مطالب و تحقیقات مرتبط قبلی و هم مطالب پیش‌تاز و جدید اشاره شود. با این وجود نویسنده نباید هر یک از این تحقیقات را برای خواننده به طور جزئی و مفصل توضیح دهد.

#### ۱۰. بیان کنید چه چیزی واقعا در تحقیق

دانلود بیشتر مقاله منجر شود، اما خواننده ای که در چنین دامی افتاده، احساس توهین و اتلاف وقت خواهد کرد؛ مضافاً بر اینکه از احتمالاً از مقاله شما هم نمی‌تواند استفاده کند. گاهی اوقات نویسنده انتظار دارد؛ خود خواننده نسبت به مقاله و همچنین دلالت‌ها و دستاوردهای آن استنتاج کند. این کار ممکن است کار اولیه نویسنده را آسان‌تر کند، زیرا تفکر و نوشتن کمتری مورد نیاز است. با این حال این کار توصیه نمی‌شود؛ به این دلیل که معمولاً این استراتژی باعث رد مقاله در بدو امر می‌شود. چگونگی و یا عدم امکان تعمیم مقاله باید توسط نویسندگان بیان شود. با انجام این کارها مقاله می‌تواند با مخاطبینی ارتباط برقرار کند که موضوع مورد تحقیق برای آن‌ها مفید است.

#### ۶. نوآوری باید در زمینه‌ی دانش باشد و نه در

قالب آن. ساختار مناسب یک مقاله به این شرح است: "مقدمه، مرور ادبیات موضوع (بیان زمینه<sup>۱</sup>)، روش تحقیق<sup>۲</sup>، نتایج<sup>۳</sup>، بحث<sup>۴</sup> (یافته‌ها و نتایج تحقیق<sup>۵</sup>) و نتیجه‌گیری<sup>۶</sup>؛ مگر اینکه مجله‌ی مورد نظر روش دیگری را پیشنهاد دهد. تمرکز بر دو بخش "مرور ادبیات و بحث" است، زیرا این دو بخش محتوای مقاله را نشان می‌دهند و بیان می‌کنند؛ چرا این تحقیق مهم است و چه دستاوردی در درک تئوری و تجربه ارائه می‌کند. برای مطالعه جزئیات بیشتر [می‌توانید] به نوشته سان و لیتون مراجعه کنید (Sun & Linton, 2014).

۷. تمرکز بر ارزش مقاله. باید بر بخش‌هایی از مقاله تمرکز کنید که ارزش بیشتری پیشنهاد می‌کنند.

1. Setting of context
2. method
3. Results
4. discussion
5. Contribution of work
6. Conclusion

بخشی به بخش دیگر، پاراگراف به پاراگراف دیگر و جمله به جمله دیگر بدست می‌آید. هر آیتیم باید به آیتیم بعدی برسد. برای مثال، «با در نظر گرفتن نتایج و فرضیه‌های مرتبط، دلالت‌های نظری و عملی در بخش بحث، مد نظر قرار می‌گیرند».

**۱۲. مراقب مخفف‌ها<sup>۲</sup> باشید.** با اینکه مخفف‌ها می‌توانند میانبری را برای خواننده ایجاد می‌کنند، ولی اغلب باعث آشفتگی و گیج شدن می‌شوند. نویسندگان اغلب برای اصطلاحاتی که زیاد استفاده می‌شوند، از مخفف‌ها استفاده می‌کنند. اگر یک اصطلاح کمتر از ۵ بار در مقاله مورد استفاده قرار می‌گیرد، بهتر است تمام اصطلاح نوشته شود. اگر یک اصطلاح در یک صفحه‌ی حروفچینی شده بیان نمی‌شود، بهتر است به خواننده یادآوری شود کلمات مرتبط با متن چه هستند. صرفنظر از اینکه یک مخفف ممکن است از نگاه نویسنده بسیار واضح به نظر برسد، بایستی مرتبه اول به صورت کامل و در جلوی آن داخل پرانتز مخفف آن بیان شود. برای مثال (Management Of Technology (MOT) -

اگر بیش از ۵ مخفف در متن بیاورید، بسیاری از خوانندگان گیج خواهند شد. به جای مخفف، می‌توانید یک مفهوم را با ایتالیک (کج) نوشتن کلمه مشخص کنید. اینکار بدون گیج کردن خواننده با مخفف‌های بیشتر، توجه خواننده را به اصطلاح مورد نظر جلب می‌کند.

**۱۳. مطالب را به صورت شخصی بیان نکنید<sup>۳</sup>.** عباراتی مانند «به نظر ما»، «ما اعتقاد داریم»، «من پیشنهاد می‌کنم» ضعیف یا مغرورانه به نظر

شما جدید است. مجلات علوم اجتماعی معمولاً مقالاتی را که تحقیقات قبلی را تکرار می‌کنند؛ منتشر نمی‌کنند. در نتیجه، جملاتی مانند «این پژوهش از ... پشتیبانی بیشتری می‌کند»، یا «بافته‌ها با نتایج ... همخوانی دارد»، چندان جذابیتی برای بیشتر سردبیرها ندارد. نویسنده باید به وضوح بیان کند «آنچه در این تحقیق آمده است، هرگز قبلاً مورد بررسی قرار نگرفته است». همچنین، بیان اینکه پژوهش‌های قبلی هرگز موضوع و مورد خاص مورد بررسی در این مقاله را در نظر نگرفته‌اند؛ کافی نیست. برای مثال، نفوذ و گسترش تلفن همراه در «تیمباتکوا» را در نظر بگیرید. اگر موضوع این تحقیق جدید است، باید توضیح داده شود چرا این موضوع به توجه خاصی نیاز دارد، موقعیت‌های دیگری که می‌توان این موضوع را در آن تعمیم داد چه هستند و چگونه این شناخت بر نگرش ما نسبت به تئوری زیربنایی تأثیر دارد. برای مثال، آیا لازم است تکنولوژی یا محل‌های دیگری مورد بررسی قرار گیرند تا بینش لازم نسبت به شرایط خاصی که در مورد آن‌ها چارچوب‌های تئوری دیگر مهم هستند؛ بدست آید.

**۱۱. تا حد امکان از واژگان کمتر ولی بسیار واضح استفاده کنید.** تعداد کلمات یک مقاله باید تا حد امکان کم، ولی درک آن‌ها باید بسیار آسان باشد. گاهی اوقات نویسندگان سعی می‌کنند با اشاره‌ی غیرمستقیم به موارد مورد بحث، مطالب را خلاصه بیان کنند. این کار باعث گیج شدن خواننده می‌شود. خواننده نمی‌تواند از نویسنده سؤال بپرسد (در زمان مطالعه مقاله توسط خواننده) و نویسنده نیز متوجه گیج شدن خواننده نمی‌شود. وضوح و اختصار از طریق در نظر گرفتن سیرمنطقی مقاله از

2. Acronym

3. Don't get too personal

1. Timbuktu

می‌دهد که تحقیقات و مطالعات بیشتری مورد نیاز است بدون اینکه بتوان به نتایج مقاله فعلی اتکا کرد. وقتی با یک چنین تحقیقی مواجه می‌شوم، سوال من این است "آیا نویسنده زمان کمی در اختیار داشته است؟ و/یا آیا نویسنده امیدوار است مقالات زیادی را با ایده‌ها و اقدامات محدودی ارائه نماید؟".

۱۶. هر مقدار بازخورد<sup>۳</sup> که امکان دارد بدست آورید. بازخورد بسیار مهم است. مقاله خود را در یک کنفرانس ارائه دهید. از همکاران خود بخواهید مقاله را بخوانند و نظرات خود را بیان نمایند. برخی نویسندگان نگران هستند که ایده‌های آن‌ها دزدیده خواهد شد. با اینکه این امکان وجود دارد ولی احتمال آن کم است.

بازخورد در اوایل کار مهم است تا اطمینان حاصل گردد روش بررسی (جمع آوری داده‌ها و آنالیز) مناسب است. بازخورد در انتهای پژوهش نیز مهم است تا نویسنده مطمئن شود نگارش مقاله کاملاً واضح است و پیشنهادهای در مورد قابلیت تعمیم‌پذیری و دلالت‌های نظری و عملی مقاله دریافت کرده و در نتیجه احتمال خواننده شدن و/یا تأثیر مقاله را گسترش دهد.

۱۷. انگیزه‌ای برای تحقیقات آینده ایجاد کنید. پاسخ به یک سؤال، اغلب به مطرح شدن سؤالات جدید منجر می‌شود و/یا اهمیت سؤالات مرتبط با سؤال پاسخ داده شده در تحقیق را یادآوری می‌نماید. این سؤالات را مطرح نموده و بررسی آن‌ها را تشویق نمایید. اینگونه بحث‌ها زمینه کاری را برای تحقیقات آتی هم برای شما و هم افراد دیگر فراهم می‌نماید. نویسندگان

می‌رسند که البته هیچ یک، برای مقاله خوب نیستند. برخی نویسندگان یک قدم پیشتر رفته و حتی اگر مقاله فقط یک نویسنده داشته باشد؛ نویسندگان را به صورت جمع و «ما» استفاده می‌کنند، به طور خلاصه، بسیاری از مجلات تخصصی از نویسندگان می‌خواهند مطالب را غیرشخصی بیان کنند زیرا تحقیق علمی، یک نظر و عقیده نیست و در نتیجه، نباید با زبان شخصی مرتبط با عقاید نوشته شود. ۱۴. از نگارش به سبک دکتری اجتناب کنید. بسیاری از نویسندگان تحقیق خود را به شیوه‌ی پایان‌نامه دکتری (PhD) می‌نویسند. یعنی تمرکز بسیاری زیادی را بر «روش» و «نتایج» اختصاص می‌دهند. در حالی که سوال تحقیق و دلالت‌های آن<sup>۱</sup> در کانون تمرکز برنامه‌های دکتری قرار ندارند، سوال تحقیق و دلالت‌های نظری و عملی آن، چیزی است که در مقالات مجلات آکادمیک مهم هستند. در مجموع، آنچه در نگارش پایان‌نامه‌های دکتری، کاربرد خوب دارد، الزاماً جهت انتشار مقاله، کلید موفقیت محسوب نمی‌شود

۱۵. مقاله را زود هنگام<sup>۲</sup> ارائه ندهید. از خود پرسید "آیا این مقاله برای انتشار آماده است؟" این سؤال را از دیگران نیز پرسید. تأکید بر انتشار زیاد، اغلب منجر می‌شود نویسندگان سعی کنند مقالات زیادی را از یک موضوع واحد یا یک کیس مشخص تهیه کنند. بسیاری مجلات علاقه‌ای به این روش ندارند. یکی از نشانه‌های گرفتادن فرد در این دام، این است که فرد احساس می‌کند لازم است نشان دهد که مقاله اکتشافی است و/یا پیشنهاد

1. Research implications  
2. Prematurely

3. Feedback

مقالات بعدی، به کار اولیه‌ی شما ارجاع داده و چرایی نیاز به تحقیقات بیشتر را شرح می‌دهند.

۱۸. از طریق عمل و انجام دادن یاد بگیرید.  
هر تعداد مقاله از افراد دیگر که ممکن است را مرور کنید، تشخیص ضعف نوشته‌های دیگران و یادگیری درس‌های جدید از طریق بسیار آسان است. با این کار، فرد می‌تواند تاکتیک‌ها، نکات و استراتژی‌هایی را برای نوشتن بهتر مقالات و پاسخ مؤثرتر و مناسب‌تر به منتقدین بدست آورد.

اعمال و یکپارچه سازی موارد بیان شده ی بالا در مقاله، کمک بسیاری زیادی برای ارائه‌ی مؤثرتر آن محسوب می‌شود. به علاوه اسباب پیشرفت شما را فراهم می‌کند زیرا شناسایی فرصت‌های کوچک برای پیشرفت در نگارش، به نسبت کسب فرصت‌های بزرگ، دشوار است. در این راستا می‌توانید، علاوه بر سرمقاله سان و لیتون در مورد ارتباط بین ساختار و اثر مقاله، سرمقاله‌های دیگری با عناوین (Linton, 2012) desk rejects و (Linton, 2009) reviewing که جهت انتشار آثار بهتر هستند را مطالعه نمایید.

## مراجع

- Linton, J. D. (2009). Reviewing: the unsung heroes of excellent journals and publications. *Technovation*, 29(1), 1-4. JOUR.
- Linton, J. D. (2012). How to get your papers rejected (or not). *Technovation*, 32(1), 6-8. JOUR.
- Sun, H., & Linton, J. D. (2014). Structuring papers for success: Making your paper more like a high impact publication than a desk reject. *Technovation*, 34(10), 571-573. JOUR.

