

چاپ مقاله در کدام صفحه؟



گفتگوی سردبیر و ناشر درباره اهمیت جایگاه مقاله در یک مجله

Devyani Borade ✍️

چندی پیش بانوی سردبیر یکی از مجله‌های محبوب، یکی از داستان‌های مرا برای انتشار پذیرفت. او با کلمه‌های پرمهری درباره داستان من صحبت کرد و این‌که چقدر آن را دوست دارد. او گفت: «در واقع، ما داستان شما را خیلی پسندیدیم»، و ادامه داد: «و می‌خواهیم آن را در یکی از صفحه‌های چشمگیرتر مجله خودمان بگذاریم».

پس از فروکش کردن اولین موج رضایتمندی، درباره این جنبه جدید از چاپ و نشر که به‌طور نامنتظره‌ای به آن برخورد بودم، کنجکاو شدم:

- آیا در اساس چیزی به‌نام «جایگاه چشمگیرتر» در صفحه‌های یک مجله وجود دارد؟
- آیا باید به اختصاص چنین جایگاهی به مقاله‌ام، افتخار کنم؟
- آیا می‌توانم از این فرصت برای درخواست پول بیشتر استفاده کنم؟

• یا باید در برابر اعتبار ناشی از دستیابی به چنین جایگاهی در مجله، به دریافت پول کمتری رضایت دهیم؟

من تصمیم گرفتم این موضوع را در برابر کسانی که افکار عمیق تری داشتند، قرار دهم.

ناشر پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی **رای تینگ ورلدکام** (Writing World.com) و پدیدآورنده پرکار چندین کتاب الکترونیکی و مقاله، می گوید: "پرسش جالبی است" و ادامه می دهد: "به یک معنا، جایگاه مقاله با اهمیت است. قرار گرفتن هر چه نزدیکتر مقاله ای به جلد مجله، نشانگر اهمیت بیشتر آن است. سردبیران دریافته اند که خوانندگان، مطالعه مجله را از صفحه های آغازین شروع می کنند و ممکن است مطالعه را تا آخرین صفحه ادامه دهند یا ندهند؛ بنابراین، مقاله هایی که با اهمیت تر، توجه برانگیزتر، ارزشمندتر یا مهم تر تلقی می شوند، در صفحه های اول یا میانی قرار می گیرند. برعکس، مقاله های کم اهمیت تر، کوتاه تر یا در اصطلاح صفحه پرکنها در صفحه های پایانی مجله قرار می گیرند. بنابراین می توان فرض کرد مقاله ای که در صفحه های پایانی مجله قرار داده شده، از اهمیت کمتری نسبت به مطالب آغازین برخوردار است."

"تبلیغات چپان برای جایگاهی مناسب در صفحه های اول، پول اضافی می پردازند که بیشتر سردبیران هم مایلند این صفحه ها را به قویترین مطالب خود اختصاص دهند."

ناشر مجله **بر خط کانکتینگ مگزین** (Connecting Magazine) ویزه تک سفران، چندان از پاسخهای خود مطمئن نیست. "به گمان من جایگاه، مهم است." او با مکتبی سنجیده می گوید: "در مجله من مقاله های ویزه اعتبار بیشتری دارد و بیشتر مورد توجه قرار می گیرد تا داستانهای سفر و گزارشهای کوتاه خوانندگان."

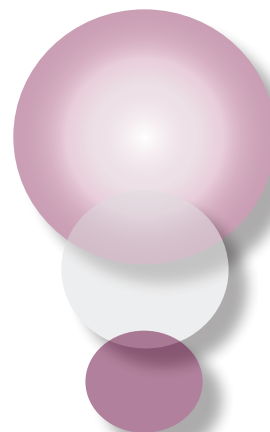
و سردبیر مجله داستانی تخیلی **بول اسپیک** (BullSpec)، به هیچ وجه با این نظر موافق نیست. او می گوید: "خوانندگان مجله مایلند جلد و فهرست اصلی مطالب مجله را بخوانند. من فکر نمی کنم این که مقاله ای در صفحه ۱۰ یا ۴۰ است، مسئله مهمی باشد."

گرچه این دیدگاه ممکن است در مقایسه با نظر بیشتر ناشران و سردبیرانی که درباره اهمیت صفحه محل درج مقاله مورد پرسش قرار گرفته اند، دیدگاه اقلیت تلقی شود، اما سردبیر مجله **فامیلی تری** (Family Tree) می گوید: "ما به طور معمول بهترین محلهای درج مطلب را به پرکشش ترین موضوعها اختصاص می دهیم و مطالب دیگر را در پیرامون آنها می چینیم."

بیشتر سردبیران به ویژه در نشریه های چاپی

بر اساس گردش محتوای مطالب

تصمیم گیری می کنند



سرمدیر مجله الکترونیکی داستانی تخیلی **فراید فیکشن** (Fried Fiction) که داستانهای تخیلی دنباله‌دار منتشر می‌کند نیز همین احساس را دارد: "بله، من فکر می‌کنم که محل درج مطلب مهم است. البته هنگامی که شما با کمبود مقاله روبه‌رو هستید این موضوع از اهمیت کمتری برخوردار است. میزان این اهمیت به خود رسانه نیز بستگی دارد. خوانندگان در اینترنت شکیبایی کمتری دارند و اگر چیزی را که در پی آن هستند فوری پیدا نکنند، به احتمال زیاد از آن دست می‌شویند."

سرمدیر پیشین نشریه در حال حاضر غیرفعال **رایترز ژورنال** (Writers Journal) نیز که با آنان هم عقیده است، می‌گوید: "محل درج یک مقاله در هر نشریه به‌ویژه اگر این محل در صفحه اول باشد، با توجه به تیراژ مجله ممکن است توجه بیشتری را جلب کند. برخی از خوانندگان ممکن است پس از مرور چند مقاله اول، دیگر میل چندانی به ادامه مطالعه نداشته باشند."

سرمدیر **پروفشنال تستر** (Professional Tester)، مجله ویژه حرفه‌ای‌های حیطه نرم‌افزارهای رایانه‌ای و یکی از دست‌اندرکاران مجله‌های تجاری حوزه‌های ویژه که به‌شکلی مستقیم با ادبیات روزنامه‌نگارانه سروکاری ندارند، نیز با این نظر هم عقیده است و می‌گوید: "با ارزشترین جایگاه درج مطلب به سرمقاله اختصاص دارد." و ادامه می‌دهد: "تبلیغات چنان برای جایگاهی مناسب در صفحه‌های اول، پول اضافی می‌پردازند و بیشتر سردبیران هم مایلند این صفحه‌ها را به قویترین مطالب خود اختصاص دهند. ارزشمندترین جایگاه درج پس از جایگاه سرمقاله به ترتیب جایگاه مقاله آغازین و مقاله‌های صفحه میانی مجله است."

ناشر و سرمدیر مجله فکاهی کوچک **هورایزن** (Horizon)،

معتقد است در این خصوص اندازه مجله مهم است و محل مقاله‌ها در یک نشریه کوچک از اهمیت چندانی برخوردار نیست. او می‌گوید: "مجله من آنقدر کوچک است که همه صفحه‌های آن به اندازه کافی مورد توجه قرار می‌گیرد. برخلاف مجله‌های بزرگتر که صفحه‌های اول، خوانندگان بیشتری دارد، خوانندگان مجله من به‌طور کلی از روی جلد تا پشت جلد آن را می‌خوانند. گرچه این امر در مورد مجله‌هایی که برای آسان‌تر شدن دسترسی خوانندگان به مطالب مورد نظرشان به بخشهای گوناگونی تقسیم می‌شوند، صادق نیست."

سرمدیر مجله ویژه مادران کارافربین به نام **ورک یور وی** (Work Your Way)، معتقد است چگونگی چیدمان مقاله‌ها در طرح کلی هر مجله نه آنچنان حیاتی اما مهم است و در ادامه می‌گوید: "تعیین محل درج مقاله‌ها در هر مجله به نوع مجله بستگی دارد و زمینه کلی که سردبیر برای هر شماره در نظر می‌گیرد، بر همه چیدمان مزبور تأثیر می‌گذارد."

آیا موارد استثنایی هم وجود دارد؟

تا اینجا پی بردیم که به‌طور حتم ضابطه نانوشته‌ای درباره چگونگی گزینش محل درج مقاله در هر نشریه وجود دارد. اما آیا این ضابطه همواره خشک و انعطاف‌ناپذیر است؟

یکی از سردبیران محتاطانه در پاسخ به این پرسش می‌گوید: "استثنایایی هم وجود دارد. ممکن است یک مجله الگوی چیدمانی مشخصی برای انواع معینی از مقاله‌ها در زمینه‌هایی مانند مسافرت، بهداشت، مد و... صرف‌نظر از ارزشگذاری آنها داشته باشد که همواره در هر شماره در نظر قرار می‌گیرد."

سرمدیر دیگری که با وی هم‌رأی است، می‌گوید: "این امر تنها شامل توالی مطالب مجله نیست، بلکه سردبیر ارتباط احتمالی

بین هر مقاله، مطالب و آگهی‌های ماقبل آن را نیز در نظر می‌گیرد.

به نظر وی: «همیشه نباید بهترین مقاله‌ها پیش از مقاله‌های کم‌ارزتر در اول مجله قرار گیرند. من همواره تلاش می‌کنم یک یا دو مقاله خواندنی را برای صفحه‌های پایانی مجله نگه‌دارم تا خواننده مطالعه را تا صفحه‌های پایانی نیز ادامه دهد.»

دستیار سردبیر مجله الکترونیکی ادبیات سیاه به نام **آندرگراند وی سز (Underground Voices)**، معتقد است بیشتر سردبیران به‌ویژه در نشریه‌های چاپی، براساس گردش محتوای مطالب تصمیم‌گیری می‌کنند. او می‌گوید: «آنها می‌خواهند خواننده احساس کند که خط سیر به‌نسبت یکسانی در مقاله‌های دارای مضمون به‌نسبت همگون دنبال می‌شود. بنابراین، نویسندگان با سبکها و زمینه‌های نوشتاری مشابه را با هم گروه‌بندی می‌کنند؛ گرچه اولین مطلب هر نشریه به‌طور معمول نشانگر بهترین برگزیده سردبیر است.»

سردبیر فصلنامه **بارد اند سیج (Bard and Sages Quarterly)** ویزه

مسئله مهم برای ما چیدمان معنادار مطالب گوناگون در کنار یکدیگر است نه توالی آنها به‌ترتیب اهمیت. در اینجا هر مطلب به پیشواز مطلب بعدی می‌رود.

داستانهای علمی-تخیلی و فانتزی، می‌گوید: «ما داستانهای گوناگون را برحسب ارتباطی که مضمون آنها با یکدیگر برقرار می‌کنند، در یک شماره در کنار هم می‌گذاریم. مسئله مهم برای ما، چیدمان معنادار مطالب گوناگون در کنار یکدیگر است نه توالی آنها به‌ترتیب اهمیت. در اینجا هر مطلب به پیشواز مطلب

بعدی می‌رود.»

مفهوم جایگاه مقاله‌های برتر، در روزنامه‌ها و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی اهمیت بیشتری دارد؛ چون خواننده یک مجله، ممکن است تمام مطالب آن را از ابتدا تا انتها بخواند. اما در روزنامه‌ها و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی، افراد بیشتر به خواندن **سرسری**^۱ عنوانها و یا **گلچین کردن**^۲ مطالب معینی گرایش دارند. در چنین مواردی، شما به‌عنوان روزنامه‌نگار همواره مایلید مطلبتان در بخشی که روزنامه‌نگاران قدیمی به آن **نیم‌صفحه بالا**^۳ می‌گویند، چاپ شود.

یکی از سردبیران تا حدی با این عقیده مخالف است و می‌گوید: «من به یکسان بودن اهمیت جایگاه مطالب در نشریه‌های برخط با دیگر نشریه‌ها باور ندارم. اگر شما ناشر یک مجله الکترونیکی باشید، مهمترین مسئله شما چگونگی چیدمان جدول مطالب است، زیرا مقاله‌ها در این‌گونه مجله‌ها یکی پس از دیگری در کنار هم قرار نمی‌گیرند و خواننده می‌تواند با یک کلیک به مطلب مورد نظر خود دست یابد. من در مجله خودم برای از بین بردن هرگونه شک‌ی درباره رده‌بندی مقاله‌ها برحسب میزان اهمیت آنها، فهرست مقاله‌های هر شماره را براساس حروف الفبا درج می‌کنم.»

گرچه، این موضوع به قالب‌بندی هر مجله الکترونیکی بستگی دارد. به‌طور مثال، برخی مجله‌ها مانند مجله خبری رایتینگ ورد، تنها نشریه‌ای متن‌محور هستند که با یک کلیک می‌توان به مرور مطالب آنها پرداخت و بعضی دیگر مانند فصلنامه باردز اند سیج، نسخه‌های تقریباً شبیه‌سازی‌شده‌ای از مجله‌های سنتی کاغذی مصور، رنگی با حروف‌بندی و سبک‌های گوناگون به‌شمار می‌آیند.

فوت‌وفتهای دیگر سردبیران مجله‌های الکترونیکی، محصول اجتناب‌ناپذیر چگونگی عملکرد هر مجله این‌چنینی محسوب می‌شود. سردبیر مجله‌ای به‌سبک **پی‌دی‌اف (PDF)** به‌نام **گفت‌و استی چینگ (Gift Of Stitching)** نیز هم‌عقیده است و می‌گوید: «من دیگر

اهمیتی به محل درج مطالب در مجله ام نمی‌دهم؛ زیرا هر شماره گرد یک مضمون اصلی می‌چرخد و من تمایلی به درهم ریختن این نقش ندارم.

چه می‌توان کرد؟

آیا برای این مسئله کاری از دست نویسندگان برمی‌آید؟ بدیهی‌ترین، و البته مشکل‌ترین کاری که آنان می‌توانند بکنند، نوشتن مقاله‌های عالی است. آنها نباید تنها به جلب توجه سردبیران بسنده کنند؛ بلکه باید با زیر تأثیر قراردادن سردبیران، دل آنان را بر بایند تا به پاداش این تلاش، برترین جایگاه درج مطلب را از آن خویش سازند.

روش دیگر کسب جایگاه برتر و مطلوب درج مطلب، مطالعه دقیق شماره‌های پیشین مجله مورد نظر برای آشنایی بیشتر با بخشها و ستونهای مناسب درج هر مطلب و تلاش در جلب نظر مساعد سردبیر مجله با

روش دیگر کسب جایگاه برتر و مطلوب درج مطلب،

وعده ارائه هر چه سریعتر مقاله بعدی است.

مطالعه دقیق شماره‌های پیشین مجله برای شناسایی

یافتن حد میانه، بین بسنده کردن به نویسندگان و تهیه‌کنندگان همیشگی

مطالب نشریه بدون تن دادن به ریسک کسل‌کننده، تکراری و پیش‌بینی‌پذیر

محل مناسب و مطلوب درج مطلب مورد نظر است.

تلقی شدن از سوی خوانندگان، و پذیرش مطالب از نویسندگان جدید بی تجربه

اما دارای دیدگاه‌های نوین و تازه، بدون تن سپردن به خطر از دست دادن خوانندگان وفادار و همیشگی نشریه، چالش بسیاری از مجله‌ها به‌شمار می‌آید. صرف دیده شدن مطلب شما از سوی سردبیر و چاپ‌پذیر دانستن آن از جانب او، به این معنی است که دست‌اندرکاران نشریه از سازگاری مطلب مزبور با چارچوب کلی مطالب خود خرسندند و مایلند از این پس فرصت کوچکی برای ارتقای جایگاه درج مطلب به شما بدهند.

برخورد مجله‌های مختلف با این مسئله متفاوت است. یکی از سردبیران می‌گوید: "در مجله من هر نویسنده با افزودن بخش تازه‌ای به داستان خود و به‌روزرسانی آن، زمینه کسب جایگاه بالاتری را در فهرست مطالب مجله برای خود فراهم می‌کند. امکان دستیابی به رتبه‌های بالاتر در پایگاه اطلاع‌رسانی اینترنتی مجله، انگیزه خلق مضمونهای بیشتری را به نویسندگان می‌دهد."

مذاکره برای دستیابی به جایگاه بهتر

شما می‌توانید برای دستیابی به جایگاه بهتر، آشکارا مذاکره کنید. این کار همانند روند مذاکره‌های واقعی، مستلزم برخورداری از اطلاعات درست، پیش از شروع مذاکره است.

برای نمونه، خودتان را در این موارد ارزیابی کنید:

- آیا شما از نقطه قوت و وجه تمایز اصلی خود آگاهید؟
- آیا مهارت‌های شما شکاف بازار را پر می‌کند؟
- آیا شما یک فرد خبره هستید؟

دلیل انکارناپذیری برای پذیرش خود به عنوان مناسبترین فرد برای کسب جایگاه موردنظر در مجله، به سردبیر ارائه کنید. سپس، بازار را مورد ارزیابی قرار دهید:

- آیا پیش نیازهای یک بخش معین مجله به گونه ای مشخص مشکل آفرین به نظر می آید و رویارویی با آنها، فرد خبره ای را می طلبد؟
 - آیا ستونهای مختلف مجله با فصلهای خاصی از سال متناسب هستند، یا با توجه به کمبود وقت تنها به هنگام بودنشان مهم است؟
- در چنین مواردی، رقابت به احتمال زیاد کمتر است. راهبرد خود را با این عوامل هماهنگ کنید و بر عرضه جنبه هایی که موردنظر سردبیر خواهد بود، تمرکز کنید.

در طول مذاکره، مؤدب و صریح اما متقاعدکننده و معقول باشید. تلاش کنید فردی به نظر برسید که صادقانه به دستیابی به توافق معتقد و خواستار صرف وقت و تلاش برای تحقق آن است.

گرچه، نویسنده، بسته به این که تا چه حد بتواند پیش کنشی پیشه کند، با محدودیت روبروست. در برخی موارد، حتی اعمال نفوذ برای دستیابی به جایگاه بهتر برای مقاله، میسر نیست.

یکی از سردبیران می گوید: "انتخاب مقاله صدرنشین هر شماره مجله، هیچگاه با نویسنده آن نیست؛ بلکه این سردبیر است که مقاله مزبور، موضوع محوری، بحث اصلی، هسته مرکزی و کانون توجه برانگیز هر شماره مجله را تعیین می کند." یکی دیگر از سردبیران نیز هم عقیده است و می گوید: "به طور معمول هیچ سردبیری حق تعیین جایگاه درج مطلب را به نویسنده آن واگذار نمی کند؛ بنابراین من فکر می کنم نویسندگان نباید ذهن خود را درگیر این مسئله کنند." آیا این بدان معنی است که نویسندگان باید در برابر دستیابی به جایگاه درج مطلب موردنظرشان در نشریه با دریافت دستمزد کمتر موافقت کنند؟

مدیرعامل مجله داستانهای تخیلی برخط **توتال کوالیتی ریدینگ (Total Quality Reading)**، پاسخ می دهد: "به طور حتم خیر؛ من به عنوان یک نویسنده مایلم صرفنظر از محل درج مقاله ام در مجله، هر چقدر می توانم پول بگیرم."

سردبیر پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی رایتینگ وردکام می گوید: "من نمی توانم بپذیرم که برای کسب جایگاه بهتری برای مقاله ام، انتظار دستمزد کمتری داشته باشم؛ زیرا انتخاب محل مقاله تصمیم سردبیر است. جایگاه هر مقاله براساس ارزش آن تعیین می شود. بنابراین نویسنده مقاله صدرنشین هر شماره به طور حتم باید پول بیشتری دریافت کند؛ زیرا مطلب او بهتر و مهمتر از دیگر مقاله هایی شناخته شده است که با فاصله بسیار پس از مطلب او در شماره مورد نظر قرار گرفته اند. هر چه مطلبی کم اهمیت تر انگاشته شود، شانس پرداخت دستمزد به نویسنده آن کمتر است.

بنابراین، صدرنشینی هر مطلب در هر شماره نشریه به معنی اشغال صدر جدول دریافت دستمزد از سوی نویسنده آن مطلب نیز هست. پس **صدرنشینی مقاله^۴** به مفهوم پرداخت **دستمزد بیشتر^۵** به نویسنده است و این امر هیچ ربطی به کسب این صدرنشینی در ازای دریافت دستمزد کمتر ندارد."

جایگاه هر مقاله براساس ارزش آن تعیین می شود. بنابراین، نویسنده مقاله صدرنشین هر شماره به طور حتم باید پول بیشتری دریافت کند؛ زیرا مطلب او بهتر و مهمتر از دیگر مقاله هایی شناخته شده است که با فاصله بسیار پس از مطلب او قرار گرفته اند.

سردبیر دیگری این حرف را تأیید می‌کند و می‌گوید: "اگر من یک نویسنده و خواهان پیشرفت امور مجله نیز بودم، به یقین دریافت پول کمتر در برابر دستیابی به فضایی چشمگیرتر برای مقاله‌ام را می‌پذیرفتم."

وی در ادامه می‌گوید: "به عنوان یک نویسنده معتقدم ذکر نام مقاله و نویسنده آن روی جلد مجله به دریافت پول کمتر می‌ارزد."

تصمیم‌گیری در مورد چانه‌زنی در این باره به یقین با نویسنده است. کسی که باید درباره مهم‌بودن پول یا افتخار، یا هر دوی آنها تصمیم بگیرد، و این که برای دستیابی به یکی به‌ازای دیگری، خواهان سازش است، یا حتی نیازمند آن، شخص نویسنده است.

اما مهم‌ترین چیزی که باید از یاد نبرد، این است که به یقین در پایان کار، مطلب شما به چاپ سپرده خواهد شد و شما درازای آن دستمزد خود را دریافت خواهید کرد، و این موضوع، چه نام شما در صدر یا ذیل فهرست مطالب نشریه درج شود و یا جایی در بین صفحه‌های میانی آن از نظر پنهان بماند، به‌خودی‌خود رضایت خاطر شما را فراهم خواهد ساخت.



پانوشته‌ها:

- 1- Skim
- 2- Cherry Pick
- 3- Above the Folds
- 4- Front of the Book
- 5- Top Pay

منبع:

Devyani Borade, Published on Page 1 or 100?, www.free-lancewriting.com

او چنین ادامه می‌دهد: "هیچ سردبیر در خور احترامی بر سر جایگاه درج مقاله‌ها در نشریه خود وارد بحث پرداخت پول کمتر به نویسندگان آنها نمی‌شود؛ زیرا هدف در فرایند نشر، جذب خوانندگان هرچه بیشتر است و نه تلاش برای پرداخت پول هرچه کمتر به نویسندگان. دستمزد پرداختی به نویسنده یک مقاله و جایگاه درج آن در یک نشریه طبق روال، باید تابعی از میزان کیفیت آن مقاله باشد."

سردبیر پیشین نشریه رایترز ژورنال که با این عقیده موافق است، می‌گوید: "اگر در واقع در این باره جای بحثی وجود داشته باشد، این خود نویسندگانند که به عنوان یک مسئله شخصی و حرفه‌ای باید از خود بپرسند که آیا پول برایشان مهم‌تر است یا جایگاه درج مطلبشان در نشریه، و یا عکس این قضیه در موردشان صدق می‌کند."

سردبیر فراید فیکشن می‌گوید: "من در مجله خودم بر سر تعیین جایگاه درج داستانها با کسی وارد معامله نمی‌شوم." یک روزنامه نگار دیگر نیز با این بحث موافق است و می‌گوید: "پرداخت‌های ما در مجله به همه نویسندگانمان صرف‌نظر از جایگاه درج مطلبشان یکسان است." و ادامه می‌دهد: "ما درازای دستیابی هر مطلب به جایگاه درج برتر در مجله، از نویسنده آن انتظار دریافت پول کمتری نداریم."

اما اختلاف عقیده در هر زمینه‌ای ممکن است پیش بیاید و در این مورد نیز سردبیر پروفش‌نال تستر با دیگران مخالف و معتقد است که پاسخ این پرسش در شرایط گوناگون متفاوت است و می‌گوید: "اگر هدف شما خوانده شدن مطلبتان از سوی تعداد هرچه بیشتری از خوانندگان باشد، شاید در واقع دستیابی به جایگاه برتر درج مطلب، ارزش مذاکره درباره دیگر موارد، از جمله میزان دستمزد را داشته باشد."