

Det er i
tidsskrifta
ting skjer!

Lansering av tidsskrift

Tenker ditt tidsskrift lansering først når det nye nummeret er ferdig trykt og artiklene er nettpublisert? Tenk om igjen! Om tidsskriftet skal nå en større (medie-)offentlighet, bør man arbeide med lanseringen før tidsskriftet er ute.

HVORFOR LANSERE?

• Redaksjonell målsetting og agenda

Alle tidsskrifter har et formål eller redaksjonell målsetting. Alle redaksjoner må spørre seg: Er vi/ønsker vi å sette saker på agendaen i en større offentlighet? Eller vil vi primært skaffe tidsskriftet flere abonnenter og lesere i eksisterende primærmålgrupper – via jungeltelegrafene, sosiale medier eller andre kanaler, uten å gå veien om tradisjonelle medier? Ulik type lansering krever selvsagt ulik arbeidsinnsats.

HVORDAN LANSERE?

• Pressemelding

Den vanligste og minst tidkrevende måten å lansere et nytt nummer, er å sende en pressemelding. Den bør være kort og konsis, og sendes på tidsskriftets utgivelsesdag eller noen dager før – ikke mange uker etter at nummeret er ute! Bruk overskrifter, korte sitater eller ingresser om innholdet. Opplys om tidsskriftets nettside og/eller kontaktperson, om mottakerne vil ha mer informasjon.

• Adresseliste til medier og journalister

Sørg for å ha en e-postadresseliste med relevante redaksjoner og personer. Å opparbeide seg personlige kontakter i mediene er smart, slik at informasjonen treffer dem man tror/vet vil finne den interessant. Dette er ikke noe hokus-pokus, alle aviser og andre medier opplyser tydelig hvem som er ansvarlig for for eksempel å motta kronikk- og debattstoff. Ved å se på byline i mediene, finner man ut hvilke journalister som jobber med hva. Eller du kan kontakte de ulike redaksjonene og spørre.

• Facebook og Twitter

Sosiale medier er rimelige og glimrende steder å lansere nye tidsskriftnummer. Det forutsetter selvfølgelig at personer i redaksjonen, i kretsen rundt tidsskriftet eller selve tidsskriftet har en del følgere på Facebook og Twitter. Bruk pressemeldingen som grunnlag for å poste meldinger om innholdet og enkeltsaker i det nye nummeret i sosiale medier. Send også pressemelding eller hele tidsskriftet til relevante bloggere.

• Nettside

Sørg for at tidsskriftets nettside er oppdatert på lanseringsdagen for nytt nummer! Send også pressemeldingen til Norsk tidsskriftforening, som legger ut sak om nytt nummer på tidsskriftforening.no.

• Sleppfest, foredrag eller debatt

Alle typer arrangementer rundt et nytt nummer kan være del av lanseringen! Se Norsk tidsskriftforenings fakta-ark om sleppfester, og husk at dere kan søke om støtte til arrangementer av foreningen!

LANSERING AV ENKELTSAKER

Flere aviser og andre medier er interessert i kronikker og andre typer kortversjoner og saker med utgangspunkt i tidsskriftartikler. Her trengs likevel ofte en ekstrainsats ut over å sende pressemeldingen til relevante personer.

• Vær tidlig ute

Artikler i tidsskrift kan «gjenbrukes» og bli til god og vesentlig journalistikk. Redaksjonen vet gjerne om en tidsskriftartikkel i god tid. Bruk noe tid mens tidsskriftet er i produksjon til å lage avtalene med andre medier om evt. kronikker, debattinnlegg, intervjuer o.l. Om tidsskriftet er utgitt for flere uker siden, er det mindre sannsynlig at mediene er interessert.

• Avklar med artikkelskribent

Ha avklart med artikkelskribent at han/hun er interessert i å publisere en kortversjon i et annet medium (evt. hvilke), om man oppnår interesse hos ønsket medium.

• Vis kjennskap til mediet

Henvend dere kun til relevante medier og avisredaktører/journalister. Noe egner seg for riksmidler, andre for regionale medier eller radio-/TV. Vis at du kjenner til de ulike spaltene i mediet (som «Ideer» i Dagbladet og Morgenbladet, «Med andre ord» i Klassekampen – tre medieflater som ofte har kortversjon av tidsskriftartikler). Tidsskriftredaktør/redaksjon bør kunne begrunne hvorfor akkurat den saken man prøver å selge inn hører hjemme i akkurat det mediet man kontakter.

• Kort og konsist

Send e-post først, men følg gjerne opp på telefon. Presenter ideen til kortversjon av artikkel/kronikk/intervju eller annen sak, kort og konsist. Hvorfor er temaet aktuelt? (Er det jubileer, nevnt det, eller andre aktuelle «knagger»). Skriv også kort om artikkelskribent, og opplys om tidsskriftets utgivelsesdag/første mulige publiseringsdag for kortversjon.

• Be om svar

Be om raskt svar på om avisen vil vurdere kortversjon/intervju o.l. Ikke send artikkelen før du har kontakt med en person som sier at en kortversjon/artikkel vil vurderes. Ikke send til mange medier samtidig, send heller videre når den du sender til først eventuelt takker nei (Også derfor er det viktig å være tidlig ute. Det kan ta en dag eller to å få svar.)

• Kreditering av tidsskriftet

Vanligvis må tidsskriftredaktør eller artikkelskribent selv lage kortversjon, men det hender at f.eks. debattredaktøren i den aktuelle avisen eller andre i redaksjonen kan foreslå forkortelser/redigering. Husk at det skal stå godt synlig til slutt i kortversjon en setning som denne: «Dette er en forkortet artikkel fra tidsskriftet X nr X, som utgis i dag/denne uka».

*Lykke til med å lansere tidsskriftet til så mange som din redaksjon setter dere som mål.
Spør gjerne erfarne tidsskriftkolleger om råd!*