

Redaksjonsråd

Det redaksjonelle arbeidet i norske tidsskrift er organisert på svært ulike måter. Felles for de fleste er likevel at arbeidet baserer seg på mye idealisme og dugnad. Bonusen (i tillegg til eller stedet for honorar/lønn) er fellesskap, vennskap, kunnskap, erfaringer, ansvar og mye mer.

Noen tidsskrift har lønnet redaktør, andre lønnet redaksjonssekretær, noen begge deler. Og noen har honorar for eksterne bidragsyttere og redaksjonsmedlemmer. Så har vi redaksjonsrådene. Svært mange tidsskrift, både de dugnadsbaserte og de som opererer med lønn/honorar for å bidra, har et eget redaksjonsråd.

HVORFOR HA ET REDAKSJONSRAÅD?

Et redaksjonsråd kan være så mye: En liste med profilerte og prominente navn på personer som gir tidsskriftet status og «kred» i den lesergruppen man ønsker å treffe (men som i realiteten ikke er aktive i tidsskriftsarbeidet). Eller svært aktive bidragsyttere som deltar på møter, og jevnlig spiller inn ideer til tidsskriftets innhold og form, og gjerne også leser og redigerer bidrag til tidsskriftet.

Det vanligste redaksjonsrådet er trolig noe midt imellom disse ytterpunktene. Og gode redaksjonsråd og redaksjonsrådsmedlemmer er uvurderlige bidragsyttere i videreutviklingen av et tidsskrift!

Hvilken type redaksjonsråd akkurat ditt tidsskrift trenger og ønsker, avhenger av hvordan redaksjonen er sammensatt. Et tidsskrift med en stor dugnadsredaksjon kan f.eks. ha mindre behov for et aktivt redaksjonsråd enn et tidsskrift med en liten redaksjon. Har man mange som kan utvikle ideer i redaksjonen og jobbe med tidsskriftets innhold, trenger man kanskje ikke et stort og aktivt eksternt råd i tillegg. Et tidsskrift med liten redaksjon kan trenge et større og mer aktivt redaksjonsråd, som i praksis kan fungere som en redaksjon.

HVORDAN ORGANISERE ET REDAKSJONSRAÅD?

• Velge personer

Kjente personer fra relevant fagmiljø? Sultne nykommere med erfaring fra studentavis og tidsskrift? Personer man vet er gode skribenter? Gode idéutviklere? Personer med spesialkompetanse på nettpublisering eller ulike fagfelt? Noen med store kunnskaper om tidsskriftets satsingsområder framover? Både kvinner og menn, med ulik bakgrunn, både geografisk, etnisk, utdannings- og yrkesmessig?

• Bred kompetanse

Et råd med bred og ulik kompetanse er gull verdt. Et råd når man skal sette sammen et nytt redaksjonsråd, er å ta en kikk på nettsiden eller kolofonsiden til andre tidsskrift det er naturlig å sammenlikne med, og se hvordan de har organisert seg. 8–10 personer er ikke uvanlig i et redaksjonsråd – er man for mange kan det være vanskelig å samle til møte, er man for få blir det veldig glissent om ikke alle kan delta.

• Hva gjør redaksjonsrådet?

Redaktøren/redaksjonen må bestemme seg for hva man vil med redaksjonsrådet. Dette bør

kommuniseres tydelig til personene man spør om å bli med i rådet. Hvor aktiv deltakelse forventes? Hvor mange timers innsats per år? Det kan være vanskelig å få akkurat de man ønsker skal bidra til å engasjere og forplikte seg, særlig om det å være redaksjonsrådsmedlem er uhonorert (noe det ofte er). Tenk over hva annet tidsskriftet kan tilby medlemmene før du kontakter: Nettverk og miljø? Bøker? Arrangementer? Reiser? Osv.

• **Hvor ofte møtes?**

Noen redaksjonsråd har møter med redaktøren/redaksjonen én gang per nummer. Noen har aldri møter, og knapt kommunikasjon per telefon, e-post osv. Hvilken linje man velger mellom disse ytterpunktene, henger sammen med hva redaksjonen vil med redaksjonsrådet. Om redaksjonsrådet reelt skal bidra til idéutvikling og til å fylle tidsskriftet med innhold, kan det være en fordel iallfall å møtes én gang per årgang til et idémøte. Det skjer noe mer når folk møtes enn i samtaler i telefon/på nett.

• **E-post og annen kommunikasjon**

Hvis man velger å ha få møter, f.eks. fordi redaksjonsrådsmedlemmene er spredt geografisk og det blir dyrt å samle dem til felles møter, er e-post, telefon, samtaler på Facebook, Skype etc gode alternativer. Det kan være svært nyttig for en redaktør/redaksjon å ha et godt nettverk av personer å ringe til for å få råd og innspill, tips om skribenter, luften problemer osv.

• **Konsulenter og medspillere**

Redaksjonsrådsmedlemmer kan også få tekster tilsendt på e-post og være kritiske lesere/konsulenter og evt foreslå redigering av tekstene (enten helt konkret med «spor endringer» i førsteutkast av artikkelen, eller mer overordnede kommentarer). Disse kommentarene kan redaktøren bruke i sin tilbakemelding til artikkelforfatterne. Om redaksjonsrådsmedlemmets «konsulentuttalelse» skal være navngitt eller anonym, bør avtales.

Mange redaktører og tidsskriftredaksjoner har også gode erfaringer med å møte enkeltpersoner i redaksjonsrådet til en kaffe eller annen mer uformell idéprat. Poenget er å lage et nettverk av folk som forplikter seg til å engasjere seg i tidsskriftet!

• **Arrangementer og profilering**

Sleppfester, lanseringsarrangementer – alt av aktivitet rundt tidsskriftet bør selvsagt redaksjonsrådsmedlemmene inviteres til og gjerne bidra på. Om tidsskriftet inviterer til åpne arrangementer, er medlemmene i redaksjonsrådet gode kanaler og ambassadører videre ut i sine nettverk: Send dem invitasjoner i god tid til videresending på e-post, i sosiale medier osv.

• **Lage godt tidsskrift! Bygge miljø!**

Å sette sammen og bruke et redaksjonsråd, handler til syvende og sist om det grunnleggende i tidsskriftarbeidet: Å lage gode enkeltnummer og årganger av tidsskriftet, og å bygge et miljø rundt akkurat det tidsskriftet du brenner for!