

Inte lätt att vara klubbtidningsredaktör!

Vi har faktiskt tryckfrihet här i landet...! skrek damen i luren. Hon var på ren svenska f-d över att inte ha fått sin insändare publicerad i sin egen tidning Hundsport. Jovisst har vi tryckfrihet i Sverige, men att det skulle innebära att man har rätt att få sina alster publicerade är en lika stor missuppfattning som att ansvarig utgivaren är den som ser till att tidningen dimper ner i din brevlåda...

Det tillverkas mängder av tidningar inom SKK-organisationen. Från de allra minsta som har en upplaga på ett par hundra till Hundsport, som är en av världens största hundtidningar, med ca 100 000. Däremellan finns en mycket brokig samling alster.

Några få tillhör en egen division när det gäller upplaga och resurser. **Brukshunden** räknas förstås dit, men ett par betydligt mindre specialklubbar är minst lika ambitiösa i sin tidningssatsning. Ibland har klubben sådan tur att det inom de egna leden finns folk som är proffs och kan hjälpa till, ibland köper man hjälp. Den allra största delen klubbtidningar tillverkas dock helt ideellt med stor möda och minimala resurser.

Oavsett vilken "division" tidningen tillhör så är principerna för tidningsmakeriet desamma!

Vem gör vad?

De flesta klubbtidningar är så pass små att det är redaktören som gör merparten av det praktiska jobbet själv. Redaktörens främsta uppgift är att se till att tidningen innehåller en vettig och läsvärd mix av sådant som kan intressera läsarna och som speglar klubbens verksamhet.

Det är redaktören som med hänsyn till klubbens aktiviteter gör en lämplig utgivningsplan, planerar innehållet och i de flesta fall även gör layouten.

Utgivningen bestäms förstås av vilka resurser som finns, men minst fyra gånger om året måste tidningen komma ut för att räknas som periodisk tidskrift och därmed omfattas av de olika bestämmelser som gäller en sådan, till exempel möjlighet till momsbefrielse. Det är också redaktören som med hjälp av posten ser till att tidningen verkligen kommer ut.

Redaktören är en i hög grad självständig person som utifrån sitt eget omdöme och med hänsyn till utrymme och resurser väljer vad som ska komma in i tidningen. Ibland är redaktören även ansvarig utgivare, men oftast är det klubbens ordförande.

Ansvarig utgivares uppgift är att rent juridiskt stå till svars för det som publiceras. Han/hon har alltså enbart som uppgift att plocka ut saker ur det tänkta innehållet som kan orsaka allvarligt trubbel, åtal till exempel. Alla tidningar **måste** ha en ansvarig utgivare som är registrerad hos Patent- och Registreringsverket, PRV.

Rollfördelningen är således att redaktören sköter innehållet och ansvarig utgivaren får skaka galler om redaktören trampar i klaveret.

Vad får man skriva?

Ett av de allra vanligaste frågorna från nya redaktörer är vad man får skriva egentligen. Innebär tryckfrihet att man får publicera vad som helst? Det är lätt att blanda ihop olika begrepp.

Tryckfrihet innebär att man i Sverige har stor frihet att framföra åsikter och ge utrymme för de nyheter som man anser intressanta. Men det innebär definitivt inte att man får göra precis vad som helst!

När det gäller mindre tidningar i hundvärlden är det knappast tryckfriheten som bör sättas i fokus utan mer pressetik och moral. Man får till exempel inte utsätta enskilda personer för skrivelser som är kränkande. Det handlar inte bara om vad som är sant eller osant, utan om hur uppgifterna publiceras och vilken grad av allmänt intresse de har.

Det är ingen ovanlig situation för en klubbtidningsredaktör att sitta med insändare som är författade i vredesmod och med en alltigenom negativ ton. Även om dessa insändare inte direkt skulle leda till åtal - skona läsekretsen!

Insändare med följebrev av typen "törs ni publicera detta .." hör oftast hemma i ryska arkivet... Visst kan det som redaktör vara jobbigt att värja sig ibland, men faktum är att många insändarskribenter sänder en tacksamhets tanke till redaktören när de lugnat ner sig lite.



Upphovsrätt

En annan vanlig fråga gäller de upphovsrättsliga reglerna. Angående text så är det tillåtet att citera meningar och stycken ur en artikel eller bok till exempel. Självklart ska källan anges. Vill man återge en hel artikel ur någon annan tidning måste upphovsmannen, författaren, vidtalas.

Bilder får man aldrig låna! Med mycket få undantag har fotografen alltid upphovsrätten. Det gäller även om en privatperson "köpt" bilden. Kopiering är förmodligen såld för privat bruk och inte för publicering.

Att publicera bilder, eller teckningar, utan tillstånd kan bli dyrt. Fotografen kan kräva tidningen på ersättning. Nu är de allra flesta fotografer både talbara och ganska generösa när det gäller små klubbtidningar förutsatt att de blir tillfrågade.

Om en annonsör använder bilder i sin annons är det annonsören själv som är ansvarig och eventuellt betalningsskyldig för dessa.

Får man vägra ta in en annons?

Ja, man kan som utgivare avstå från att publicera annonser som till exempel strider mot klubbens ideologi. Att annonsören inte är medlem eller kanske har skulder från tidigare annonsering kan också vara skäl till att neka införande.

Produktionsdags för "Perro Nytt"

Ska man lyckas göra en tidning som mottas positivt av läsekretsen krävs det att man vet vilka de är. Alla redaktörer bör inför varje utgåva ställa sig frågan vem de gör tidningen för! Får alla läsare ut någonting av tidningen? En klubbtidningsredaktör lever ofta nära sina läsare. Det kan vara väldigt svårt att bortse från kommentarer från den inre kretsen när de påstår att "alla tycker att..." och komma ihåg de tysta medlemmar som utgör majoriteten i klubben och betalar största delen av kalaset.

Vi tar ett exempel. "Rasklubben för Perro Peligroso" har 400 medlemmar. Tio av dessa är aktiva uppfödare, 100 är trogna medlemmar som haft perros i generationer och resten är nya, entusiastiska förstagångsägare till hundar av denna ras som ständigt växer i popularitet.

Klubben har ett par årliga aktiviteter, man har relativt god sammanhållning, om man bortser från kärringen mot strömmen förstås, och medlemmarna är verkligen intresserade av sin ras och vad man kan använda den till.

Klubben ger ut tidningen Perro Nytt. Redaktören är ny för året. Hon har ingen erfarenhet av tidningsjobb, men är duktig på data och har skinn på näsan.

Välja innehåll

Att göra en tidning är "att välja och att sälja". För Perro Nytt handlar det inte om att sälja lösnummer eller prenumerationer, utan att sälja in ett fortsatt intresse för rasen! För att lyckas med det gäller det att välja rätt mix i tidningens innehåll.

Välja, det är lättare sagt än gjort! När den nya redaktören för Perro Nytt ska sätta ihop sitt första nummer finns det tio insändare där kärringen mot strömmen spyr galla över sina uppfödarkollegor, ett recept på hundkex och ett referat från en valpträff, utan bilder. Plus fyra sidor annonser varav en från en utesluten medlem. Lycka till...

Nu gäller det att dra på blåstället och börja tänka tidning!

Perro Nytt beräknas omfatta 48 sidor. Det är vad budgeten tål och färre sidor känns tunt och fattigt. Tidningsforamtet är A5 vilket gör att de flesta annonser är helsidor. En placeras på omslagets insida, en på baksidan och en i tidningen. Annonsen från den uteslutna medlemmen får inte vara med. Redaktören skänker en uppskattande tanke till telefonens nummervisare...

Omslaget är standard med Perro Nytt's logotype och några "puffar" för innehållet. Sidan tre innehåller redaktionsruta, styrelse, adressuppgifter med mera. Det är alltså bara 43 sidor kvar att fylla... Dags att börja välja och sälja.

Av de tio insändarna visar det sig att en faktiskt är intressant. Om man stryker svordomar och tar bort de värsta påhoppen, så finns det vissa poänger i innehållet. Insändaren handlar om att det är hög tid att börja fundera på hur riskfyllt det är att använda samma hanhundar i perroaveln hela tiden. Tar man bort att "fru



Svensson dessutom tjänar en massa svarta pengar på onödigt många parningar.” och låter någon från avelskommittén eller en välkänd genetiker kommentera insändaren kan det hela ha principiellt intresse. Texten bearbetas och publiceras under vinjetten ”Aktuell Debatt” över sex sidor.

Kexreceptet provbakas och visar sig vara bra. Det får komma med under vinjetten ”Perro Nytt testar” över två sidor.

Reportaget från valträffen är trevligt skrivet men saknar bilder. En signal till en deltagare löser det hela. ”Jo, jag tog några kort, men jag har inte lämnat in filmen ännu.”. ”Gör det och skicka bilderna snarast!”. Reportaget blir fem sidor.

Trettio sidor kvar... Redaktören påminner sig att hon sett en väldigt intressant artikel i en tysk hundtidning om vilka typer av arbetsprov som raser nära besläktade med perros har i andra länder. Finns det någon tyskspråkig person i klubben...?

Efter översättning och tillstånd för publicering från författaren gör Perro Nytt ett verkligt klipp. Det blir en artikel av hög kvalité med stort läsvärde som kommer in under vinjetten ”Utblick”.

Med diverse försenade annonser, påminnelser om kommande evenemang och en stor kampanjannons från SKKs marknadsavdelning tar redaktörens första nummer av Perro Nytt form. Inför nästa nummer bestämmer sig redaktören dock för att beställa en del material i förväg och ha en bättre planering. Kanske vidtala någon att fotografera på evenemangen till exempel. Det gäller också att vara vaken för nyheter.

Nyheter - i en klubbtidning?

Nyheter kanske låter lite konstigt för en tidning som kommer ut med fyra - sex nummer om året. Men det finns formler för vad som är en bra nyhet och dessa kan tillämpas även i en liten klubbtidning.

Inom nyhetsmedia kan man dessa och alla vet att en bra nyhet är ofta en dålig nyhet och att ju närmare läsaren det hela sker desto större nyhetsvärde.

Detta kan till klubbtidningsspråk översättas med att om en uppfödare ur de egna leden till exempel blir åtalad för att ha smugglat in en hund så är det en väldigt stor nyhet för övriga klubbmedlemmar, mindre nyhetsvärde för övriga medlemmar i SKK och befolkningen som helhet sätter knappast morgonkaffet i halsen på grund av en sådan händelse.

En bra nyhet kan självklart också vara en god nyhet, även om det tyvärr sällan är så i den dagliga nyhetsbevakningen. Kanske har någon uppfödare av Perro Peligroso fått en utmärkelse eller vunnit något stort! Intervjua vederbörande även om halva klubben tycker att just den kennelns hundar är osedvanligt fula... För den andra halvan kanske det är jättekul att läsa om hur uppfödaren lyckats!

Alla ska hitta något att läsa

Det finns inga patentlösningar på hur man gör en bra tidning, det handlar mycket om känsla för läsekretsen. Många tror att pengar löser allt. Det är helt fel! Det finns oerhört intressanta tidningar som är framställda på enklast tänkbara sätt. Det viktigaste är att innehållet engagerar. Om läsekretsen består av både erfarna och oerfarna medlemmar i en rasklubb måste alla få något som intresserar just dem. **Alla läser inte allt, men alla ska läsa något.** Om man försöker tänka på att man alltid ska ha med åtminstone en artikel som kan intressera och angå alla läsare, locka medlemmar till kommande evenemang, publicera nyheter och endast ta in debattartiklar och insändare som håller en anständig ton, så är man definitivt på rätt väg.

Det ska vara roligt att hitta ”Perro Nytt” i brevlådan!

Text: Suzanne Fredriksson

