

The background of the cover is a solid blue color with a subtle gradient. In the center, there are three light blue silhouettes of people standing side-by-side, facing forward. The silhouettes are semi-transparent, allowing the blue background to show through. The person on the left is slightly taller and has their arms at their sides. The person in the middle is shorter and has their hands on their hips. The person on the right is of medium height and has their hands on their hips. The overall composition is simple and modern.

INFORMADO PRAKTIKE

ZIKO VAN DIJK

Informado praktike

Informado praktike

Ziko van Dijk

Informado praktike

Eldono de Flandra Esperanto-Ligo

Tiu ĉi bitlibro rajtas esti libere kopiita kaj transdonita al kiu ajn.

Antaŭparolo

Esperanto-informado.

Ne necesas emfazi la gravecon de informado por akiri novajn membrojn por asocio. Tio validas por loka sporta klubo, por unuiĝo de samfakuloj kaj kompreneble ankaŭ por esperantistoj, negrave ĉu ili difinas sian agadkampon loke, regione, nacie aŭ internacie.

Pri informado kaj teknikoj de informado ekzistas multaj konsultiloj (en naciaj lingvoj), sed la plimulto el tiuj verkoj ofte nur parte utilas por nia agado. La Esperanto-asocioj estas malgrandaj, mankas homfortoj, nia lingvo ne havas ĉie bonan reputacion, kaj ĝenerale malfacilas klarigi niajn iom komplikajn objekton kaj idearon. Kiom multe pli simplas paroli pri futbalklubo!

Publika agado.

Esperanto-informadanto do sciu ne nur pri ĝeneralaj teknikoj de publika agado, sed havu ankaŭ spertojn pri niaj specifaj, multifacetaj taskoj – al kiaj internaj kaj eksteraj grupoj ni rilatas, kiel elekti esperantan muzikon por radio, kion skribi en informilo ktp. Bedaŭrinde esperantistoj ofte koleriĝas pri ĵurnalisto, ĉar ili ne bone komprenas la laboron de tiu profesiulo. Do esperantistoj nepre interesiĝu pri la intencoj kaj metodoj de kunlaborantoj de amaskomunikiloj.

Strebi al pli profesieca agado.

Nia agado kutime ne estas profesia – nur en malmultaj kazoj Esperanto-asocio povas elspezi la kostojn por dungita persono, kies esperanta aktivado estas *pan-akira laboro*, ne *krom* pan-akira laboro. Tio ne signifas ke la amatora aktivulo ne strebu al pli profesiecaj metodoj, sed male: li rimarkos ke scii pri la agado plibonigos la laboron kaj helpas eviti frustriĝojn. Kaj eble oni povas utiligi tiun scion ankaŭ en profesio ekster Esperantio.

Konservi spertojn.

Precipe en amatora laboro la risko grandas ke scioj kaj spertoj perdiĝas, ke aktivulo forlasas postenon sen sufiĉe informi la posteulon. La nova aktivulo devas denove lerni farante, lerni per propraj eraroj. Tio estas malŝparo de

energio kaj elĉerpas la homojn. Ĉu vi deziras transpreni postenon? Ne dankon, neniam denove!

Tial en tiu ĉi libro mi provis kolekti miajn spertojn el mia aktivado – ĉefe en germanaj Esperanto-asocioj. Multon mi lernis de aliaj informadantoj, ekzemple Werner Breitung, Thomas Pusch, Lu Wunsch-Rolshoven, Frank Stocker kaj aliaj, ne eblas mencii ĉiujn. Fonto estis por mi cetere mia kolekto de Esperanto-informiloj el diversaj landoj. Ankaŭ mia laboro en interreta kompanio kontribuis al mia bildo pri informado. Fine de tiu ĉi libro vi legos pri utiligita literaturo.

La plej grandan parton mi verkis jam en 2002, kaj dum la pasintaj jaroj mi pliampleksigis kaj poluris la tekston. Dankon al Robert Moerbeek, Chuck Smith kaj Ludger Schmeïnk pro la lasta provlegado.

Ziko van Dijk

Varsseveld, septembro 2006

1. Enkonduke kaj baze

Informado kiel fako kaj tasko

Publika agado kiel reago al ĵurnalismo.

Kiam fine de la 19-a jarcento kreskis la nombro de gazetoj pro teknika kaj socia progreso, tiam ankaŭ estiĝis la „publika agado“. Institucioj, asocioj kaj kompanioj konstatis ke oni bezonas pli kaj pli profesiecan laboron por konvene interrilati kun la gazetaro, poste ankaŭ kun radio kaj televido. Oni verkis studojn rilate al tiu laboro, ofte kadre de sociaj sciencoj aŭ komunikologio. La bataloj inter skoloj ne interesu nin ĉi tie, tamen, iom da termina kaj teoria orientiĝo helpas al la publik-aganto.

Reklamo.

Por atingi la publikon, jam delonge ekzistas la varbado aŭ reklamo. Oni aĉetas lokon en gazeto – anoncas – kaj povas tie prezenti siajn informojn laŭ propra bontrovo (kompreneble, inter certaj leĝaj kaj moralaj limoj). La plej konata ekzemplo estas la reklamo por varo, sed ankaŭ Esperanto-asocio povas tiel informi pri si mem. Parenca agado estas la organizo de propraj afiŝoj aŭ flugfolioj, sed en tiu kazo oni devas mem aranĝi la distribuon. Tia maniero atingi la publikon estas relative multekosta, ĉar oni pagas almenaŭ la anoncospaĉon resp. la preson de materialoj, krome eble ankaŭ la laboron de dezajnistoj aŭ desegnistoj, resp. ankaŭ de distribuanto. Aŭ oni devas uzi libertempan homforton – ankaŭ tio estas speco de „kosto“.

Avantaĝoj de informado.

Ekzistas alia maniero atentigi pri si mem, relative nova. Oni nomas ĝin publika agado, publikaj rilatoj, aŭ informado. Per informado ni provas atingi ke niaj informoj eniros la *normalan*, redaktitan parton de gazeto, resp. ke ili fariĝu ordinara programero en radio aŭ televido. Tio havas du grandajn avantaĝojn: unue ni ne devas pagi por tio kaj due estas pli verŝajne ke la informo atingas la leganton. Informo en la normala teksto de gazeto aspektas pli neŭtrala ol anonco, kaj jam ĵurnalisto konvinkiĝis ke la temo estas almenaŭ interesa, sekve eble ankaŭ leganto interesiĝos. Fakte grava parto el tio, kio aperas en via ĉiutaga gazeto (precipe en loka), baziĝas sur la komunikaĵoj de informadantoj. Tiaj informadantoj laboras ekzemple por la registaro, por sindikatoj, entreprenistaj asocioj, partioj, eklezioj, universitatoj, kompanioj ktp.

Malavantaĝoj de informado.

Tamen la informada maniero havas „prezon“. Anoncanto rajtas senkaŝe varbi por sia afero, dum informanto devas iom respondi al certaj reguloj de ĵurnalismo. Por la informadanto do gravas koni tiujn regulojn kaj la labormanierojn de la amaskomunikiloj. Kvankam informadanto ne estas ĵurnalisto, li tamen devas scii kiel laboras ĵurnalisto. Ĵurnalisto havas la ĝeneralan taskon trovi ion interesan por la legantoj, asertante ke li laboras por la publiko, eĉ por tutpopola pliklerigo; informadanto havas la taskon (re)prezenti unuopan, individuan grupon aŭ organizaĵon. Tial la agado de informadanto ofte pli similas al tiu de politikisto – ankaŭ kiam lia organizaĵo asertas ke ĝi laboras por la bono de la tuta homaro, kiel *Greenpeace* aŭ UEA.

Tameno por anoncoj.

Kvankam Esperanto-aktivuloj ĉefe provu atingi la redakciajn tekstojn, tamen povas ekzisti kazoj en kiuj indas pagi anoncojn. Ulrich Matthias priskribis aŭtobiografie kiel li, por varbi kursanojn, simple pagis du-tri liniojn en la anoncaj paĝoj de regiona gazeto. Nekredeble multe da homoj legas tiajn paĝojn, kaj se nur *relative* malmultaj legintoj interesiĝas pri la kurso, tamen eble temas pri jam ĝojiga *absoluta* nombro da homoj. Kaj tio post investo de tre malmulte da mono kaj peno. Cetere, la legantoj de regiona gazeto estas jam sufiĉe filtrita publiko: ili havas certan proksimecon al la skribita vorto ĝenerale (legas gazeton), kaj ili loĝas iom proksime de la kursloko.

Principe, oni aĉetu anoncojn nur en la kadro de tuta plano. Ekzemple, ne anoncu se vi ne povos poste adekvate prizorgi la eĥon. Dubindas, cetere, pagi unu multekostan anoncon en granda gazeto – la danĝero tro grandas ke homoj simple preterfoliumas. Spertuloj diras ke necesas longeta vico da anoncoj, en pluraj numeroj de la gazeto, por ke leganto vere rimarku ĝin.

Kiom „kostas“ anonco?

Kiel oni kalkulas la kostojn de anonco? Konsciu pri la rilato inter kosto kaj utilo. Imagu, ke unu paĝo en loka kulturmagazino kostas 800 EUR, en loka gazeto 6.000 EUR. Klare la anonco en la kulturmagazino kostas malpli. Sed: la kulturmagazino atingas nur 3.000 homojn, la gazeto 30.000 homojn. Do se vi kalkulas la „kontaktprezon po milo (da homoj)“, kpr/m, ĉu eble anonco en la gazeto estas tamen pli bona investo?

La kpr/m de la kulturmagazino estas 27 EUR, de la gazeto 20 EUR. Sekve, la gazeto kostas malpli. Ĉu vere? Pensu ankaŭ pri la celgrupo. Eble, vian anoncon (pri kultura evento, aŭ kurso) rimarkas 2.000 legantoj de la kulturmagazino, dum nur 1.000 legantoj de la gazeto rimarkas ĝin.

Cetere, la kulturmagazino aperas unufoje la monaton, kaj la posedanto de la ekzemplero rigardas ĝin plurfoje dum tiuj kvar semajnoj. Eble ankaŭ gasto en lia domo legas ĝin. Sed la gazeton oni legas nur unu- aŭ dufoje, kaj jam antaŭ la posttagmezo ĝi iras al rubujo.

Gravas do konkreta kpr/m, kaj tion oni povas scii nur por la unuopa kazo. Demandu ankaŭ, kie ekzakte aperas la periodaĵo. Provu ricevi la komunikil-informojn (*media data*): kio estas legata de kiu. (Ekzemplo de Claudia Cornelsen.)

La 4an de decembro 2003 aperis en la germana semajna gazeto Die Zeit tutpaĝa anonco pri Esperanto, pagita de eksterlanda bonvolemlulo. Laŭ Esperanto aktuell (3/2004) Germana Esperanto-Asocio ricevis tridek reagojn – ĉu tio vere indis elspezi kelkdek mil eŭrojn?

Publika agado aŭ propagando?

Informadanto do havas iun specialan interesiĝon. Pro tio ekzistas ankaŭ multe da kritiko pri informado. La germana enket-entreprenistino Elisabeth Noelle-Neumann iam diris eĉ ke „publikaj rilatoj“ estas nur eŭfemismo, kiun oni uzas anstataŭ „propagando“. Fakte informadanto facile troviĝas en situacio, en kiu li emas apliki neetikajn aŭ netoleratajn praktikojn, ekzemple kaŝi la veron, kiam ĝi ne tre flatas al la organizaĵo, aŭ ŝanĝi la opinion de ĵurnalisto pere de mono.

Rilatgrupoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Ĵurnalisto kiel „partnero“

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Intervjuigi

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

En via asocio

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Informado-enhavo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Oftaj demandoj de ĵurnalistoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Fotoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Elekti muzikaĵon

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Peti monon

Humphrey Tonkin, UEA-prezidanto, 1976:

Donacanto donas monon kutime ne pro kompato, sed pro fido al la proponita projekto. Precipe, se temas pri grandaj sumoj.

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

2. Verkistaj teknikoj

Tipografio

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Kiel diri

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Gazetara komunikaĵo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Agadoj post renkontiĝo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Letero de leganto

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Logi per informilo – AIDA

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Verki anoncon por kurso

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Frapfrazo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

3. Verki informilojn

Celo kaj temo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Kvalito kaj kvanto

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Enhavo kaj proporcioj de la enhaveroj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

4. Standumi

Konversacio, ne prelego.

Ofte ni komunikas kun interesatoj ne per prelego, kie la informfluo estas ĉefe unudirekta, sed en standoj, kie pli gravas konversaciaj kapabloj. Estas forta miskompreno ke la tasko de stando-kunlaboranto konsistas precipe el la transdono de (plej eble multaj) informoj.

La celo?

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Kreu simpatian bildon

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Kaj membrigi?

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

5. Retprezento

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Grafika koncepto

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Eblaj enhaveroj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Pekoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

6. Prepari kaj prezenti prelegon

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Ĝeneralaj konsideroj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Grafikaĵoj

Grafikaĵoj subtenas.

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Prelego-papero

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Venu frue

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Alrigardi, alparoli

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Iri kaj stari

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Nervozeco

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Al kiu prelegi

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Eblaj antaŭjuĝoj el la publiko

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Gardu vin je aliaj esperantistoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

7. Prelegi en Esperanto kaj en Esperantio

Temo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Prononcu laŭ normo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Prelegi alilande

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Organizi prelegon en Esperantio

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Tempo kaj evento, diversaj specoj de renkontiĝoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

8. Seminariaj ideoj

Ludoj

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Interjvu-simulacio

Pli ol prelego – trejnado.

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Literaturo

Tiu ĉi ĉapitro aperas nur en la kompleta bitlibro, kiu estas akirebla de www.retbutiko.be aŭ de retbutiko@fel.esperanto.be

Mallongigoj uzitaj

- AIDA Atento, Interesiĝo, Deziro, Ago
- DEA Dana Esperanto-Asocio
- EUR eŭro
- FMF Fachverband Moderne Fremdsprachen
- GEA Germana Esperanto-Asocio
- GEJ Germana Esperanto-Junularo
- HTML hiperteksta marklingvo
- IJK Internacia Junulara Kongreso
- IS Internacia Seminario / Semajno de GEJ
- KER Komisiono pri Eksteraj Rilatoj
- PS Pasporta Servo
- TEJO Tutmonda Esperantista Junulara Organizo
- UEA Universala Esperanto-Asocio
- UK Universala Kongreso de Esperanto

Lastmomentaj konsiletoj

Kreu eventon.

Ĵurnalistoj ŝatas „eventon“, iun eksterordinaran okazon. Do provu mem krei tian amaskomunikilan eventon (*media event*). La inaŭguro de Universala Kongreso kutime ne estas vere interesa evento, krom se la organizantoj sukcesas fari el ĝi ion eksterordinaran ekzemple per speciala gasto.

Gazetara konferenco.

Multaj organizantoj revas pri gazetara konferenco en renkontiĝo kaj taskumas la informado-homon aranĝi tion. Fakte oni kritike demandu sin ĉu la renkontiĝo vere estas sufiĉe granda kaj interesa. Ĝenerale, gazetara konferenco indas nur kiam la ĵurnalistoj havas aparte bonan kialon por veni: Por ĵurnalistoj kostas relative multe da tempo kaj energio iri al tia konferenco, kaj li demandas sin: ĉu mi ne povas ekscii same multe per telefona intervjuo? Cetere, ĵurnalistoj deziras laŭeble havi la informanton nur por si, en konversacio dupersona, kaj ricevi originalajn, ekskluzivajn informojn.

Anoncu frue.

Se oni frue mendas anoncon por publikigaĵo, tiam oni povas eventuale realigi specialajn dezirojn, ekzemple ke la anonco estu je certa loko en la revuo, apud io alia ktp. Sed ankaŭ frua mendo ne estas garantio. Demandu krome, ĉu la eldonejo transprenas (eble kontraŭ pago) la grafikan realigon de la anonco. Tiam oni ne devas mem okupiĝi pri grafikisto. Kaj: la prespretaĵoj mem verŝajne restas ĉe la eldonejo, sed vi povas eventuale kopii la anoncon el la presita revuo kaj reuzi ĝin.

Radio-„formato“.

Programeroj en radio havas certan „formaton“, firman skemon. Temas pri la ĝenerala stilo, pri la longecoj entute kaj de unuopaj eroj, monologi aŭ dialogi, speco de muziko ktp. Provu ekscii pri tio, antaŭe aŭskultu al tia programero.

Spaco?

Kiam redakcio akceptas, malakceptas aŭ malplilongigas vian gazetaran komunikaĵon, tio ne nepre okazas nur pro la enhavo. Eble sur iu paĝo en la farata gazeto estis ankoraŭ iom da spaco, aŭ ne plu estis spaco. Aŭ venis subite alia, multe pli grava informo. Simple bona aŭ malbona ŝanco por vi.

Kiam silvestre 1995 la granda germana televido RTL estis en IS, oni komence planis doni al ni iom pli ol du minutojn. Pro la milito en Ĉeĉenio tio fariĝis fine duona minuto. Do ne koleriĝu, sed ĝoju pro tamena tempo / spaco. Kaj pensu pri la kompatindaj homoj kiuj ricevas spacon senvole (pro milito, akcidento ktp.).

Ne suspektu la raportiston.

Ankaŭ raportisto aŭ ĵurnalisto estas nur rado en pli granda maŝino. Eble li verkis grandan, eĉ favoran raporton pri vi, sed la ĉefredaktoro simple havis alian opinion pri la raportindeco, aŭ regis aliaj prioritatoj (vidu supre).

Informado praktike estas manlibro por ĉiuj kiuj volas informadi pri Esperanto. Verki informilon, deĵori ĉe standoj, krei retpaĝon, kolekti monon... la emfazo estas je la praktika flanko. Sed necesas ankaŭ kompreni la funkcion de ĵurnalistoj, kiuj estas niaj plej gravaj – kredu aŭ ne –partneroj en informado.

Ziko van Dijk (denaske Sikosek) estas historiisto kaj okupiĝas interalie pri la historio de UEA. Jam antaŭe li verkis pri la enhavo de Esperanto-informado, en *Esperanto sen mitoj*, aperinta en tiu ĉi sama eldonejo FEL.

Kolofono

Titolo Informado praktike
Aŭtoro Ziko van Dijk
Kovrilo Julia Litvinova
Tekstaranĝo Erik D'Hondt kaj Paŭl Peeraerts
ISBN 90 77066 29 4
UDK 82-3.892
NUR 630
Leĝa depono D/2007/2924/4

Flandra Esperanto-Ligo
Lange Beeldekensstraat 169
BE-2060 Antwerpen
www.retbutiko.be

Enhavtabelo

[Informado praktike](#)

[Antaŭparolo](#)

[1. Enkonduke kaj baze](#)

[Informado kiel fako kaj tasko](#)

[Rilatgrupoj](#)

[Ĵurnalisto kiel „partnero“](#)

[Intervjuiĝi](#)

[En via asocio](#)

[Informado-enhavo](#)

[Oftaj demandoj de ĵurnalistoj](#)

[Fotoj](#)

[Elekti muzikaĵon](#)

[Peti monon](#)

[2. Verkistaj teknikoj](#)

[Tipografio](#)

[Kiel diri](#)

[Gazetara komunikaĵo](#)

[Agadoj post renkontiĝo](#)

[Letero de leganto](#)

[Logi per informilo – AIDA](#)

[Verki anoncon por kurso](#)

[Frapfrazo](#)

[3. Verki informilojn](#)

[Celo kaj temo](#)

[Kvalito kaj kvanto](#)

[Enhavo kaj proporcioj de la enhaveroj](#)

[4. Standumi](#)

[La celo?](#)

[Kreu simpatian bildon](#)

[Kaj membriĝi?](#)

[5. Retprezentado](#)

[Grafika koncepto](#)

[Eblaj enhaveroj](#)

[Pekoj](#)

[6. Prepari kaj prezenti prelegon](#)

[Ĝeneralaj konsideroj](#)

[Grafikaĵoj](#)

[Prelego-papero](#)

[Venu frue](#)

[Alrigardi, alparoli](#)

[Iri kaj stari](#)

[Nervozeco](#)

[Al kiu prelegi](#)

[Eblaj antaŭjuĝoj el la publiko](#)

[Gardu vin je aliaj esperantistoj](#)

[7. Prelegi en Esperanto kaj en Esperantio](#)

[Temo](#)

[Prononcu laŭ normo](#)

[Prelegi alilande](#)

[Organizi prelegon en Esperantio](#)

[Tempo kaj evento, diversaj specoj de renkontiĝoj](#)

[8. Seminariaj ideoj](#)

[Ludoj](#)

[Interjvu-simulacio](#)

[Literaturo](#)

[Mallongigoj uzitaj](#)

[Lastmomentaj konsiletoj](#)

[Kolofono](#)