



Evropska  
komisija

# EVROPSKI TEDEN POKLICNIH SPRETNOSTI



**2018** | Orodje za odnose z mediji

**#DiscoverYourTalent**

Zaposlovanje,  
socialne zadeve in  
vključevanje

## O orodju za odnose z mediji

Če ste interesna skupina ali partner Evropskega tedna poklicnih spretnosti in bi radi promovirali svoje dogodke, je to orodje pravšnje za vas. To orodje vas vodi prek različnih medijskih kanalov, ki jih lahko uporabite za ozaveščanje o Evropskem tednu poklicnih spretnosti in koristih poklicnega izobraževanja in usposabljanja po vsej Evropi.

Orodje zagotavlja:

- Napotke in nasvete v zvezi s pristopom k medijem in kako doseči, da bo vaša zgodba izstopala
- Predlogo za sporočilo za javnost, ki jo lahko prilagodite in pošljete
- Vire dejstev in števil
- Napotki o vodenju medijskih intervjujev

## Čemu povedati medijem o svoji vključenosti v Evropski teden poklicnih spretnosti?

Evropski teden poklicnih spretnosti leta 2016 in 2017 je požel velik uspeh, zato Evropska komisija organizira tretji Evropski teden poklicnih spretnosti za ozaveščanje o poklicnem izobraževanju in usposabljanju. Uraden teden v Bruslju bo potekal od 5. do 9. novembra 2018, v zvezi s poklicnim izobraževanjem in usposabljanjem pa bo od septembra do decembra 2018 organiziranih na stotine dogodkov po Evropi.

Teden in njegova zadevna komunikacijska kampanja združuje izvajalce izobraževanja in usposabljanja, organizacije civilne družbe, javne organe, poslovne organizacije in širšo javnost za večjo prepoznavnost poklicnega izobraževanja in usposabljanja po Evropi. Cilj Tedna je predstaviti številne priložnosti, ki jih lahko poklicno izobraževanje in usposabljanje zagotavlja mladim in odraslim, in vrednost, ki jo poklicno izobraževanje in usposabljanje zagotavlja za gospodarstvo in prihodnja prizadevanja za delovna mesta in spretnosti.

Za promocijo svojega dogodka ali da bi pokazali, kako se vklaplja v Evropski teden poklicnih spretnosti, lahko pritegnete medijsko pozornost. To vam bo pomagalo, da bo več ljudi vedelo za potek vašega dogodka, pa tudi, da jih spodbudite k udeležbi. Pritegnitev medijske pozornosti lahko tudi pomaga k prepoznavnosti vaše organizacije poleg vaših obstoječih omrežij in k obsežnemu in daljnosežnemu razširjanju sporočila o dogodku in o Tednu. To vam bo pomagalo pri ozaveščanju in spremembi dojemanja poklicnega izobraževanja in usposabljanja v vaši državi.

Vrste medijev, ki jih morda zanima Evropski teden poklicnih spretnosti:

- **Lokalne časopise, spletne strani in spletne dnevnike** lahko pritegnete k spremljanju vašega dogodka ali aktivnosti, da bi spodbudili ljudi k udeležbi. Sporočilo za javnost okoli dva tedna pred dogodkom, poleg tega pa opomnik nekaj dni prej, je dober pristop. Po telefonu lahko stopite v stik s katerimi koli medijskimi središči, za katere želite, da bi poročala o vašem dogodku in vam tako pomagala pritegniti pozornost na vaš dogodek/aktivnost. Izdajatelj ali kanal se lahko odloči, bo pripravil prispevek pred dogodkom ali pa se bo raje udeležil samega dogodka in napisal prispevek na podlagi tega.
- **Seznami dogodkov** so izvrsten način spodbujanja ljudi k udeležbi na vašem dogodku. Ljudi pogosto zanimajo informacije o lokalnih dogodkih, ki potekajo. Vsak seznam ima svoje lastne zahteve, zato boste morali malce raziskati, kako najbolje prijaviti svoj dogodek.

- **Nacionalne časopise** morda zanimajo informacije o tednu in vseh dogodkih ki potekajo. Zagotavljanje dejstev in števil, ki so pomembne za splošno občinstvo, navedki in priložnosti za zanimive intervjuje lahko pomagajo pritegniti pozornost teh publikacij.
- **Posebne publikacije** lahko prav tako zanimajo informacije o tednu. S slednjimi se povežite čim hitreje, saj se utegnejo njihovi uredniški urniki polniti v naprej. Informacije, ki jih boste zagotavljali tem publikacijam, so lahko bolj tehnično obarvane. Zagotavljanje dostopa do zanimivih strokovnjakov ali pričevanj bo spodbudilo pokritost.
- **Tudi radio in televizijo** morda zanimajo zlasti bolj živahni in nenavadni dogodki, ki potekajo, kar bo zagotovilo dober okvir za snemanje.

## Odnosi z mediji

Tule je preprost kontrolni seznam, ki ga lahko upoštevate, da bi zagotovili pokritost za svoj dogodek in Evropski teden poklicnih spretnosti. Ta vključuje podrobnejše napotke in nasvete:

### Kontrolni seznam – odnosi z mediji

- ✓ Odločite se, h katerim medijem želite pristopiti
- ✓ Prilagodite predlogo sporočila za javnost tako, da vključite informacije o svojem dogodku
- ✓ Dodajte vse informacije, značilne za katero koli evropsko državo ali regijo, ki se vam zdijo pomembne
- ✓ Zberite fotografije, navedke, informacijske grafične podobe, primerne za objavo
- ✓ Razmislite, koga bi lahko predlagali za intervjuje
- ✓ Pošljite sporočilo za javnost po e-pošti na e-poštne naslove medijev
- ✓ Ključnim medijem naknadno telefonirajte
- ✓ Vključite svoje ime in kontaktne podatke, da boste lahko odgovorili na vprašanja
- ✓ Na dan dogodka sprejmite novinarje in jih predstavite zanimivim ljudem

## KATERE MEDIJE PRITEGNITI?

Prvi korak je opredeliti, kateri medij pokriva vaše lokalno ali regionalno območje. Nato lahko poiščete kontaktne podatke novinarjev, ki pokrivajo lokalne dogodke, vprašanja v zvezi z zaposlovanjem in izobraževanjem, socialno politiko ali evropskimi zadevami, in sicer tako, da si bodisi ogledate njihove spletne strani bodisi pokličete v medijske pisarne. Prav tako lahko pošljete informacije o tem, kako uvrstiti svoj dogodek na njihove sezname dogodkov.

Dober seznam stikov je prvi korak do uspešne medijske pokritosti. Z uvrstitvijo vašega dogodka na sezname dogodkov boste prav tako deležni večje prepoznavnosti

### Pripravite sporočilo za javnost

Najboljši način zagotavljanja informacij medijem je, da jim pošljete sporočilo za javnost. Svetujemo vam, da uporabite predlogo sporočila za javnost Evropskega tedna poklicnih spretnosti European Vocational Skills Week press release template, ki je na voljo na spletni

strani the website. Izberite predlogo za svojo državo, nato pa preprosto izpolnite informacije o svojem dogodku in katere koli regionalno posebne informacije, za katere boste presodili, da so pomembne.

### Kdaj poslati sporočilo za javnost?

Kot že izpostavljeno, lahko za lokalne medije in dnevne časnike pošljete sporočilo za javnost zadevnim novinarjem približno dva tedna pred dogodkom. Dan ali dva pred dogodkom jim je dobro poslati tudi opomnik. Strokovnim publikacijam in revijam lahko sporočilo za javnost pošljete prej, saj so morda njihovi uredniški rezervirani v naprej. Svoj dogodek lahko prijavite tudi na seznam dogodkov mesec dni prej, odvisno od njihove organizacije.

#### Napotki za izpolnjevanje sporočila za javnost

- ✓ Najprej postrezite z resnično pomembnimi informacijami. Vedno poskušajte odgovoriti na vprašanja kaj, kdo, kdaj, kje in zakaj
- ✓ Uporabljajte kratke stavke in dinamičen jezik
- ✓ Izogibajte se preveč strokovnega jezika in pojasnite kratice
- ✓ Ne pozabite vključiti navedkov in števil
- ✓ Pošljite fotografijo, ki jo novinarji lahko uporabijo (ne pozabite, da morate imeti potrebna dovoljenja)
- ✓ Vključite svoje kontaktne podatke za poizvedbe

### Naknadni klici

Novinarji vsak dan prejemajo številne informacije za javnost, zato lahko telefonski klic pomaga pritegniti njihovo pozornost na vaše sporočilo za javnost, vam pa nudi priložnost, da prodate svojo zgodbo. Prav tako lahko od njih izveste, če imajo kakšne posebne zahteve.

## OŽIVITE SVOJE SPOROČILO ZA JAVNOST

Cilj vašega sporočila za javnost je zagotoviti novinarjem pomembne in zanimive informacije ter kakršno koli dodatno gradivo, ki ga lahko objavijo, kot so denimo fotografije, navedki, informacijske grafične podobe, dejstva in številke.

- **Fotografije:** To so lahko fotografije, posnete na vašem dogodku, lahko pa uporabite fotografije, ki jih imate v arhivu, če svoje sporočilo za javnost pošiljate pred dogodkom. Ne pozabite priskrbeti vseh potrebnih dovoljenj za objavo, preden jih pošljete novinarjem.
- **Navedki:** Dobro je, da v svoje sporočilo za javnost vključite navedek. Slednja lahko izvira od govornikov na vašem dogodku, strokovnjakov iz vaše organizacije ali iz pričevanj udeležencev v učnem procesu.
- **Dejstva in številke o poklicnem izobraževanju in usposabljanju:** Ta lahko veljajo regionalno, za posamezne države ali za EU.

## NASVETI ZA PRIDOBIVANJE DEJSTEV IN ŠTEVILK

Vaša organizacija ima lahko dostop do zanimivih in pomembnih dejstev in števil. Alternativno so tule zbrani nekateri viri dejstev in števil posameznih držav, ki vam bodo morda v pomoč. Ne pozabite vedno navesti vira:

- [Education and Training Monitor 2017](#) - poročila 28 držav (GD EAC)
- [VET-in-Europe country reports](#) (Cedefop)
- [TVET Database – country profiles](#) (UNEVOC, Mednarodno središče za tehnično ter poklicno izobraževanje in usposabljanje, UNESCO)
- [\(UOE\) Education database](#) (UNESCO/OECD/EUROSTAT)
- [Vocational Education and Training Statistics](#) (EUROSTAT)

Prav tako lahko preverite nacionalne agencija za poklicno izobraževanje in usposabljanje in ministrstvo/oddelek za izobraževanje v svoji državi, saj imajo po vsej verjetnosti na voljo nacionalna poročila o izobraževanju in usposabljanju.

EUROSTAT je denimo dober vir statističnih podatkov na evropski in nacionalni ravni:

- 49 % dijakov zadnjih letnikov srednje šole v Evropi jih sodeluje na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja v srednjih šolah (2016)
- Stopnja zaposlenosti nedavnih diplomantov poklicnega izobraževanja in usposabljanja<sup>1</sup> v Evropi znaša 74,8 % (2017)
- Odstotek nizkokvalificiranih odraslih<sup>2</sup> v Evropi znaša 22,5 % (2017)
- 72,2 % podjetij v EU svojim je svojim zaposlenim zagotovilo poklicno usposabljanje (2015)
- 10,9 % evropskega prebivalstva sodeluje v izobraževanju odraslih (2017)

## ODNOSI Z NOVINARJI

Vzpostavljanje dobrega odnosa z novinarji pripomore k dobri pokritosti. Lahko jih telefonirate in jih povabite, da poročajo o vašem dogodku, poleg tega pa jim pošljete sporočilo za javnost. Ne pozabite jih vprašati, ali imajo kakšne posebne zahteve, in jim poslati opomnika nekaj dni pred dogodkom. Na dan dogodka določite osebo, ki jih bo sprejela, prav tako pa poskrbite, da bodo imeli vse informacije, ki jih potrebujejo. Dobro bi bilo, da natisnete nekaj kopij Leaflet na spletni strani Evropskega tedna poklicnih spretnosti, ki jim jih lahko izročite. Letak lahko najdete na spletni strani.

## NAPOTKI ZA USPEŠNE INTERVJUJE

Intervjuji lahko potekajo osebno neposredno na dogodku, po telefonu ali e-pošti. Če prejmete prošnjo za intervju, je tule nekaj osnovnih napotkov, ki jih imejte pred očmi:

- Novinarju zagotovite nekaj osnovnih informacij o svoji organizaciji in Evropskem tednu poklicnih spretnosti. Informacije o Tednu, njegovem ozadju in temah za leto 2018 lahko najdete na spletni strani Evropskega tedna poklicnih spretnosti.
- Že vnaprej se odločite, kaj želite povedati. Lahko si naredite nekaj zapiskov, ki vam bodo v pomoč med intervjujem.
- Osredotočite se na ključna sporočila, ki jih želite zagotoviti, in najprej predstavitev svoje glavne točke.
- Bodite jedrnat in uporabite primere ter osebne zgodbe, s katerimi bo vaša zgodba izstopala.
- Pustite kontaktne podatke za vsak primer, če bo moral poročevalec dvakrat preveriti nekatere informacije.

<sup>1</sup> Stari med 20 in 34 let, [Eurostat](#)

<sup>2</sup> Manj kot osnovna šola, osnovna šola in nižji razredi srednje šole, [Eurostat](#)

- Morda boste želeli, da je v intervju vključen nekdo drug, denimo govornik na vašem dogodku ali nekdo, ki lahko prispeva svoje pričevanje. V tem primeru se odločite, kdo bi bil najboljši za intervju. Preverite pri njih, ali lahko novinarji stopijo z njimi v stik, seznanite jih s ključnimi sporočili Tedna in s tem, o čemer naj pripovedujejo. Določite termin za novinarje, kdaj jih naj pokličejo ali se sestanejo z njimi.

## Orodja, ki jih lahko uporabljate

Za promocijo svojega dogodka lahko uporabite predlogo sporočila za javnost Evropskega tedna poklicnih spretnosti European Vocational Skills Week press release template, ki je na voljo na [spletni strani](#). Poiščete lahko splošno predlogo v angleškem in vašem nacionalnem jeziku. Da bi uporabili predlogo, preprosto izpolnite posebne informacije, povezane z vašo aktivnostjo, in dodajte kakršne koli lokalne informacije, za katere menite, da so pomembne. Večina medijskih organizacij raje prejema sporočila za jasnost v obliki besedila znotraj e-poštnega sporočila kot pa priponko, zato sporočilo za javnost skopirajte v e-poštno sporočilo, preden ga pošljete.

## Pogosto zastavljena vprašanja

**Kako lahko svojo zgodbo oblikujem tako, da bo privlačnejša za medije?**

Ne pozabite, da imajo novinarji radi zgodbe iz resničnega življenja. Z vključitvijo osebnih zgodb, navedkov in številčk bo vaše sporočilo za javnost izstopalo.

**Ali Evropska komisija zagotavlja kontaktne podatke medijev?**

Ne – ker Teden in njegova zadevna kampanja poteka po vseh 28 državah članicah, državah EGP in državah kandidatkah, je slednje nemogoče. Vendar pa to orodje nudi nasvete o oblikovanju dobre podatkovne zbirke medijskih kontaktov in napotke, kako vzpostavljati tesne odnose z novinarji.

**Imam še nekaj nadaljnjih vprašanj. Na koga se lahko obrnem?**

Lahko nam pošljete e-poštno sporočilo na naslov [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu) ali nas pokličete na telefonsko številko +44 (0)207 444 4264. Lahko pa z nami stopite v stik na družbenih medijih prek spodnjih računov:

## Stopite v stik z nami

Z veseljem vam bomo pomagali pri kakršnem koli vprašanju, ki ga boste imeli o svojih aktivnostih v zvezi z odnosi z mediji.

**E-pošta:** [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu)

**Telefon:** +44 (0)207 444 4264

**Twitter:** @EU\_social @EuropeanYouthEU #EU VocationalSkills #DiscoverYourTalent

**Facebook:** @socialeurope, @EuropeanYouthEU