



Komisja  
Europejska

# EUROPEJSKI TYDZIEŃ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH



na **2018** r. | Zestaw narzędzi dotyczących  
relacji z mediami

**#DiscoverYourTalent**

Zatrudnienie,  
sprawy społeczne  
i włączenie społeczne

## O zestawie narzędzi dotyczących relacji z mediami

Jeżeli jesteś partnerem Europejskiego tygodnia umiejętności zawodowych lub podmiotem zainteresowanym tą inicjatywą i chciałbyś promować swoje wydarzenia, skorzystaj z niniejszego zestawu narzędzi. Zestaw zawiera wskazówki dotyczące różnych kanałów medialnych, które można wykorzystać do propagowania Europejskiego tygodnia umiejętności zawodowych oraz korzyści kształcenia i szkolenia zawodowego w Europie.

Zestaw obejmuje:

- wskazówki i porady dotyczące kontaktów z mediami i prezentowania swoich historii,
- wzory notatek prasowych, które można dostosować i wysłać,
- źródła faktów i danych,
- wskazówki dotyczące przeprowadzania wywiadów w mediach.

## W jakim celu należy rozmawiać z mediami na temat udziału w Europejskim tygodniu umiejętności zawodowych?

Pierwsze dwie edycje Europejskiego tygodnia umiejętności zawodowych zakończyły się sukcesem, a Komisja Europejska organizuje trzecią edycję tego wydarzenia, aby lepiej wyeksponować kształcenie i szkolenie zawodowe. Oficjalny Tydzień w Wiedniu odbędzie się w dniach 5-9 listopada 2018 r., a setki wydarzeń powiązanych z kształceniem i szkoleniem zawodowym zostaną zorganizowane w całej Europie od września do grudnia 2018 r.

Tydzień i towarzysząca mu kampania komunikacyjna skupiają dostawców usług kształcenia i szkolenia, organizacje społeczeństwa obywatelskiego, władze publiczne, organizacje biznesowe i szerokie grono odbiorców, aby podnieść rangę kształcenia i szkolenia zawodowego w Europie. Celem tygodnia jest pokazanie różnych możliwości, jakie kształcenie i szkolenie zawodowe oferuje młodzieży, a także wartość kształcenia i szkolenia zawodowego dla gospodarki oraz przyszłości rynku pracy i umiejętności.

Można wykorzystać media do promowania wydarzenia i powiązania go z Europejskim tygodniem umiejętności zawodowych. W ten sposób więcej osób uzyska informacje o wydarzeniu i zostanie zmotywowanych do wzięcia w nim udziału. Obsługa mediów pomaga również zwiększyć prestiż organizacji poza istniejącą siecią i rozpowszechnić informacje o wydarzeniu i Tygodniu. Takie działania służą propagowaniu i poprawie postrzegania kształcenia i szkolenia zawodowego w poszczególnych krajach.

Rodzaje mediów, które mogą być zainteresowane Europejskim tygodniem umiejętności zawodowych:

- **Lokalne gazety, witryny internetowe i blogi**, do których można się zwrócić przed wydarzeniem lub działaniem w celu zachęcenia ludzi do udziału w nim. W takim przypadku właściwym rozwiązaniem byłaby notatka prasowa na około dwa tygodnie przed wydarzeniem, a następnie przypomnienie kilka dni przed wydarzeniem. Można również zadzwonić do centrów prasowych, które chciałbyś poprosić o obsługę wydarzenia, i w ten sposób zwrócić na nie ich uwagę. Wydawca lub kanał może zdecydować o napisaniu artykułu przed wydarzeniem lub wziąć udział w wydarzeniu w celu napisania artykułu na jego podstawie.

- **Informatory** to doskonały sposób na zachęcenie ludzi do udziału w wydarzeniu. Ludzie często chętnie słuchają o lokalnych wydarzeniach. Każdy informator rządzi się swoimi prawami, dlatego trzeba dowiedzieć się, jak najlepiej przedstawić swoje zdarzenie.
- **Gazety krajowe** mogą być zainteresowane Tygodniem i wszystkimi wydarzeniami, które się odbędą. Dostarczenie faktów i danych, które są odpowiednie dla ogółu odbiorców, cytaty i interesujące wywiady mogą pomóc w zwróceniu uwagi na takie publikacje.
- **Publikacje specjalistyczne** również mogą być zainteresowane informacjami o Tygodniu. Należy zgłosić się do nich możliwie jak najwcześniej, ponieważ ich kalendarze mogą być wypełnione z wyprzedzeniem. Informacje dostarczone tym wydawnictwom mogą być bardziej techniczne. Udostępnienie interesującego eksperta lub ciekawej wypowiedzi może wzbudzić ich zainteresowanie.
- **Radio i telewizja** mogą być zainteresowane Tygodniem, zwłaszcza w przypadku wyrazistych i nietypowych wydarzeń, które zapewnią doskonałe tło dla filmowania i nagrywania.

## Relacje z mediami

Oto prosta lista kontrolna, którą można wykorzystać w celu zainteresowania mediów wydarzeniem i Europejskim tygodniem umiejętności zawodowych. Poniżej przedstawiliśmy bardziej szczegółowe wskazówki i porady:

### Relacje z mediami – lista kontrolna

- ✓ Zdecyduj, z którymi mediami chcesz się skontaktować.
- ✓ Dostosuj wzór notatki prasowej z informacjami o wydarzeniu.
- ✓ Dodaj wszelkie informacje dotyczące kraju lub regionu europejskiego, które uznasz za istotne.
- ✓ Zbierz zdjęcia, cytaty, ikonografie, które mogą zostać opublikowane.
- ✓ Wybierz osobę, z którą można przeprowadzić wywiad.
- ✓ Prześlij drogą elektroniczną notatkę i zdjęcia na adres do kontaktów w mediach.
- ✓ Zadbaj o dalszy kontakt telefoniczny z kluczowymi mediami.
- ✓ Podaj swoje nazwisko i dane kontaktowe w celu udzielenia odpowiedzi na pytania.
- ✓ Przywitaj dziennikarzy w dniu wydarzenia i przedstaw im interesujące osoby.

## DO KTÓRYCH MEDIÓW NALEŻY SIĘ ZWRÓCIĆ?

Pierwszy krok to określenie mediów obsługujących Twój obszar lokalny lub regionalny. Następnie można znaleźć dane kontaktowe dziennikarzy zajmujących się lokalnymi wydarzeniami, kwestiami związanymi z zatrudnieniem i kształceniem, polityką społeczną lub sprawami europejskimi. Takie informacje mogą być dostępne w witrynie internetowej. W przeciwnym razie trzeba zadzwonić do redakcji. Można również sprawdzić, jak umieścić informację o wydarzeniu w informatorze.

Dobra lista kontaktowa to pierwszy krok w kierunku pomyślnej obsługi medialnej. Jeżeli wydarzenie zostanie wymienione w informatorze, wzrośnie jego widoczność.

## Przygotowanie notatki prasowej

Najlepszym sposobem na powiadomienie mediów jest wysłanie notatki prasowej. Zalecamy skorzystanie ze wzoru notatki prasowej przygotowanej z okazji Europejskiego tygodnia umiejętności zawodowych dostępnego w [witrynie](#). Wybierz wzór odpowiedni dla swojego kraju i wpisz odpowiednie informacje o wydarzeniu, a także wszelkie informacje o regionie, które uznasz za istotne.

## Kiedy wysłać notatkę prasową

Jak wspomniano wcześniej, do mediów lokalnych i dzienników można wysłać notatkę prasową do odpowiednich dziennikarzy z około dwutygodniowym wyprzedzeniem. Warto również wysłać przypomnienie dzień lub dwa przed wydarzeniem. W przypadku specjalistycznych publikacji i pism można wysłać notatkę wcześniej, ponieważ kalendarz publikacji może być wypełniany z wyprzedzeniem. Można również zgłosić wydarzenie do informatora nawet z miesięcznym wyprzedzeniem w zależności od częstotliwości ukazywania się takich publikacji.

### Wskazówki dotyczące wypełniania notatki prasowej

- ✓ Umieść na sam początek naprawdę istotne informacje. Zawsze staraj się odpowiedzieć na pytania co, kto, kiedy, gdzie i dlaczego.
- ✓ Używaj krótkich zdań i dynamicznego języka.
- ✓ Unikaj zbyt specjalistycznego języka i objaśniaj skróty.
- ✓ Pamiętaj o cytatach i danych liczbowych.
- ✓ Prześlij zdjęcie, które dziennikarz może wykorzystać (zwróć uwagę, czy masz na to odpowiednią zgodę?).
- ✓ Dodaj swoje dane kontaktowe na wypadek pytań.

## Dalszy kontakt telefoniczny

Dziennikarze otrzymują codziennie wiele notatek prasowych, dlatego telefon może pomóc w zwróceniu ich uwagi na Twoją notatkę prasową i jest szansą na sprzedanie swojej historii. Można również dowiedzieć się bezpośrednio o ewentualnych specjalnych wymaganiach.

## JAK WYGLĄDA ODPOWIEDNIO PRZYGOTOWANA NOTATKA PRASOWA

Celem notatki prasowej jest zapewnienie dziennikarzom odpowiednich i ciekawych informacji wraz z dodatkowymi materiałami, które mogą opublikować, takimi jak zdjęcia, cytaty, ikonografie, fakty i dane liczbowe.

- **Zdjęcia:** mogą to być zdjęcia wykonane podczas wydarzenia lub zdjęcia archiwalne, jeżeli notatka prasowa jest wysyłana przed wydarzeniem. Upewnij się, że masz wszelkie niezbędne zezwolenia na wykorzystanie zdjęcia, zanim wyślesz je dziennikarzom.
- **Cytaty:** w notatce prasowej warto wykorzystać cytaty. Mogą to być wypowiedzi prelegentów podczas wydarzenia, ekspertów z Twojej organizacji lub wypowiedzi uczniów.
- **Fakty i dane liczbowe na temat kształcenia i szkolenia zawodowego:** mogą to być dane regionalne, krajowe lub o zasięgu unijnym.

## PORADY DOTYCZĄCE ŹRÓDEŁ FAKTÓW I DANYCH

Twoja organizacja może mieć dostęp do interesujących i odpowiednich faktów i danych liczbowych. Alternatywnie istnieją niektóre europejskie źródła faktów i danych liczbowych z konkretnych krajów, które można uznać za pomocne. Pamiętaj, aby zawsze podać źródło:

- [Monitor Kształcenia i Szkolenia 2017](#) - sprawozdania z 28 krajów (DG EAC),
- [Sprawozdania krajowe na temat kształcenia i szkolenia zawodowego w Europie](#) (Cedefop),
- [Baza danych TVET – profile krajowe](#) (UNEVOC, Międzynarodowe Centrum Kształcenia i Szkolenia Technicznego i Zawodowego, UNESCO),
- [\(UOE\) Baza danych kształcenia](#) (UNESCO/OECD/EUROSTAT),
- [Statystyki na temat kształcenia i szkolenia zawodowego](#) (EUROSTAT).

Można również sprawdzić krajowe agencje kształcenia i szkolenia zawodowego oraz Ministerstwo/Departament Edukacji lub Ministerstwo/Departament Pracy w swoim kraju, ponieważ najprawdopodobniej posiadają krajowe sprawozdania na temat kształcenia i szkolenia zawodowego.

EUROSTAT jest dobrym źródłem danych statystycznych na szczeblu europejskim i krajowym. Na przykład:

- W Europie kształcenie i szkolenie zawodowe na poziomie ponadgimnazjalnym wybrało 49% uczniów (dane z 2016 r.).
- Wskaźnik zatrudnienia nowych absolwentów<sup>1</sup> placówek kształcenia i szkolenia zawodowego w Europie wynosi 74,8% (dane z 2017 r.).
- Odsetek osób dorosłych o niskich umiejętnościach zawodowych<sup>2</sup> w Europie wynosi 22,5% (dane z 2017 r.).
- 72,2% przedsiębiorstw unijnych oferowało kształcenie ustawiczne swoim pracownikom (dane z 2015 r.).
- Z oferty kształcenia dla dorosłych korzysta 10,9% ludności Europy (dane z 2017 r.).

## RELACJE Z DZIENNIKARZAMI

Utrzymywanie dobrych relacji z dziennikarzami pomaga w pozyskaniu obsługi medialnej. Można nie tylko wysłać do nich notatkę prasową, ale też zadzwonić i zwrócić się z prośbą o materiał o wydarzeniu. Upewnij się, że znasz wszelkie szczegółowe wymogi, które dziennikarze mogą stawiać, i wyślij im przypomnienie z kilkudniowym wyprzedzeniem, przed wydarzeniem. W dniu wydarzenia wyznacz osoby do powitania dziennikarzy i zadbaj, aby dysponowali wszystkimi informacjami, których potrzebują. Warto wydrukować kilka kopii ulotki dotyczącej Europejskiego tygodnia umiejętności zawodowych. Ulotkę można znaleźć w witrynie internetowej.

## WSKAZÓWKI DOTYCZĄCE UDANYCH WYWIADÓW

Wywiady można przeprowadzić osobiście w czasie wydarzenia, przez telefon lub drogą elektroniczną. W przypadku prośby o wywiad stosuje się kilka podstawowych wskazówek:

- przełącz dziennikarzowi podstawowe informacje o organizacji i Europejskim tygodniu umiejętności zawodowych. Informacje o inicjatywie, jej początkach i tematach na

---

<sup>1</sup> Wiek 15-34 lat(-a), [Eurostat](#)

<sup>2</sup> Kształcenie przedszkolne, kształcenie na poziomie podstawowym i kształcenie gimnazjalne, [Eurostat](#)

2018 r. można znaleźć w witrynie internetowej Europejskiego tygodnia umiejętności zawodowych,

- zastanów się wcześniej, co chcesz powiedzieć, zrób notatki, które pomogą Ci w trakcie wywiadu,
- skup się na kluczowych przesłaniach, które chcesz przekazać i przedstaw na początku swoje główne argumenty,
- mów zwięźle i używaj przykładów oraz historii osobistych, aby wyróżnić swoją historię,
- zostaw dane kontaktowe na wypadek gdyby reporter musiał sprawdzić niektóre informacje,
- można zorganizować wywiad z kimś innym, np. prezydentem podczas wydarzenia lub osobą, która może udzielić wypowiedzi. W takim przypadku zdecyduj, kto będzie najbardziej odpowiedni do przeprowadzenia wywiadu. Sprawdź, czy takie osoby są zadowolone z kontaktu z prasą, krótko opowiedz im, o czym mają mówić, oraz przedstaw kluczowe przesłania Tygodnia. Umów się z dziennikarzem na telefon lub spotkanie.

## Narzędzia, z których możesz korzystać

Mogą Państwo użyć wzoru notatki prasowej z okazji Europejskiego Tygodnia Umiejętności Zawodowych dostępnej na [stronie internetowej](#) do promowania swojego wydarzenia. Dostępny jest ogólny wzór w języku angielskim oraz notatki prasowe przygotowane w językach krajowych. Aby użyć formularza, wystarczy podać informacje dotyczące Twojej działalności i dodać kilka lokalnych informacji, które uznasz za stosowne. Większość organizacji medialnych preferuje notatki prasowe w korpusie tekstu wiadomości elektronicznej niż w formie załącznika. W takim przypadku skopiuj i wklej treść notatki do wiadomości przed jej wysłaniem.

## Często zadawane pytania

### Jak mogę uatrakcyjnić moją historię dla mediów?

Pamiętaj, że dziennikarze lubią prawdziwe historie. Dodanie osobistych historii, cytatów i danych liczbowych sprawi, że notatka prasowa będzie ciekawsza.

### Czy Komisja Europejska udostępnia dane kontaktowe mediów?

Nie – nie jest to możliwe, ponieważ kampania odbywa się w 28 państwach członkowskich, EOG i krajach kandydujących. Jednak niniejszy zestaw zawiera porady dotyczące tworzenia rzetelnych baz danych i wskazówki dotyczące budowania solidnych relacji z dziennikarzami.

### Mam kilka dalszych pytań, z kim mogę się skontaktować?

Można do nas napisać na adres [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu) lub zadzwonić pod numer +44 (0)207 444 4264. Można też skontaktować się z nami w mediach społecznościowych, za pomocą poniższych kont.

## Skontaktuj się z nami

Z chęcią odpowiemy na wszelkie pytania na temat działań związanych z relacjami z mediami.

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

Telefon: +44 (0)207 444 4264

---

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

**Facebook:** @socialeurope, @EuropeanYouthEU