Evropská komise

Příručka pro vztahy s médii

2022.

EUROPEAN **VOCATIONAL SKILLS WEEK** 2022

#EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Zaměstnanost, sociální věci a sociální začleňování

ZÁKLADNÍ INFORMACE O TÉTO PŘÍRUČCE

Pokud máte zájem zúčastnit se Evropského týdne odborných dovedností 2022 („Týden“) a rádi byste propagovali své akce a aktivity v médiích, je tato příručka určena právě vám. Představí vám jednotlivé sdělovací prostředky, které ke zvýšení povědomí o Evropském týdnu odborných dovedností můžete využít, a přínosy, jež odborné vzdělávání a příprava (OVP) na území Evropy přináší.

Tato příručka obsahuje:

- RADY, JAK OSLOVOVAT SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY A JAK ZVIDITELNIT VÁŠ PŘÍBĚH
- NÁVOD NA TO, JAK VYPRACOVAT TISKOVOU ZPRÁVU A ŠABLONU, KTEROU MŮŽETE UPRAVOVAT A ROZESÍLAT
- ZDROJE FAKTICKÝCH A ČÍSELNÝCH ÚDAJŮ
- TIPY PRO VEDENÍ ROZHOVORŮ V MÉDIÍCH

Bližší informace k **hlavním sdělením** o kampani Evropského týdnu odborných dovedností najdete na internetové stránce v dokumentu Hlavní sdělení, v jeho oddílu, který se týká zdrojů.

V návaznosti na velký úspěch prvních pěti ročníků Evropského týdne odborných dovedností pořádá nyní Evropská komise jeho šestý ročník, který má stejně jako pět předchozích zvyšovat povědomí o OVP. Kvůli bezpečnostním opatřením přijatým v souvislosti s koronavirovou krizí probíhá letošní šestý ročník jako online akce. Koná se od 16. do 20. května 2022 v Bruselu a současně online. Kromě toho budou v souvislosti s Evropským týdnem odborného vzdělávání pořádány po celý rok stovky akcí a aktivit v celé Evropě.

CO JE EVROPSKÝ TÝDEN ODBORNÝCH DOVEDNOSTÍ?

Týden a doprovodná komunikační kampaň svádí za účelem zvýšení povědomí o OVP v celé Evropě dohromady studenty, poskytovatele vzdělávání a odborné přípravy, organizace občanské společnosti, orgány veřejné správy, podnikatelské organizace a širší veřejnost. Motem kampaně je **Objev svůj talent**!

Cílem Týdne, který se v roce 2022 shoduje s **Evropským rokem mládeže**, je představit četné příležitosti, které může OVP nabídnout mladým lidem i dospělým, a hodnotu, kterou OVP přináší ekonomice a budoucnosti práce a dovedností. Tématem letošního ročníku je OVP a ekologická transformace, což je v souladu s vizí Evropské komise dosáhnout do roku 2050 klimatické neutrality, jak je nastíněno v Zelené dohodě pro Evropu.

V rámci Týdne se postaví do samého jádra ekologické transformace dovednosti. Jaké nové dovednosti budeme potřebovat pro úspěch v prostředí, které chrání cenné zdroje naší planety? Jakou roli může hrát OVP při zajišťování udržitelné transformace pro všechny?

Probíhající pandemie koronaviru vážně narušila všechny formy vzdělávání a odborné přípravy. Tato situace vytvořila příležitost zaujmout k OVP nový přístup a udělat něco pro to, aby byly modernější, atraktivnější, flexibilnější a lépe přizpůsobené digitálnímu věku a ekologické transformaci. Evropská komise vytvořila ambiciózní program, kterým se má řídit úsilí o hospodářské oživení po pandemii onemocnění COVID-19 v oblasti zaměstnanosti a sociální politiky, přičemž se zaměřuje především na dovednosti a OVP. Doporučení Rady o odborném vzdělávání a přípravě pro udržitelnou konkurenceschopnost, sociální spravedlnost a odolnost, přijaté v roce 2020, usiluje o zajištění toho, aby OVP poskytovaly pracovníkům dovednosti, které podpoří hospodářské oživení i ekologickou a digitální transformaci.

PROČ INFORMOVAT MÉDIA O ZAPOJENÍ DO EVROPSKÉHO TÝDNE ODBORNÝCH DOVEDNOSTÍ?

Vzhledem k probíhající covidové pandemii budete možná chtít doplnit fyzické aktivity o digitální akce. Může jít o webináře, digitální tiskové kampaně, online veletrhy pracovních příležitostí, akce Facebook Live či Instagram Live nebo jiná online setkání. Ať už si ale zvolíte jakýkoli formát, prezentace vaší aktivity v médiích pomůže její propagaci a umožní ukázat její místo v rámci Týdne. O vašich akcích/aktivitách se tak dozví více lidí, kteří se jich následně také mohou zúčastnit. Pozornost médií může také zviditelnit vaši organizaci i mimo síť vašich stávajících kontaktů a podstatně rozšířit okruh lidí, kteří se dozvědí o tom, co jste svou akcí/aktivitou chtěli sdělit, i o samotném Evropském týdnu odborných dovedností. Díky tomu se pak může zvýšit povědomí o OVP a zlepšit jejich renomé.

KOHO BY EVROPSKÝ TÝDEN ODBORNÝCH DOVEDNOSTÍ A MOJE AKCE/AKTIVITA MOHLY ZAJÍMAT?

O Evropský týden odborných dovedností by se mohla zajímat média různého druhu:

Místní noviny

Místní noviny můžete oslovit ve fázi přípravy akce, abyste vzbudili zájem lidí, kteří by se vaší akce mohli zúčastnit. Přibližně čtrnáct dní před konáním akce je vhodné vydat tiskovou zprávu a několik dní před jejím konáním zaslat krátké připomenutí. Nenechte se odradit, když vám přijde jen málo odpovědí, pokud vůbec nějaké přijdou. Reportéři jsou často velmi zaneprázdněni a nejsou schopni reagovat na všechny e-maily, kterých dostávají velké množství každý den. Proto je důležité, abyste tři nebo čtyři pracovní dny po odeslání své první zprávy poslali další zprávu, ve které se připomenete. Pozornost místních novin, o jejichž reportáž z vaší akce/aktivitě byste stáli, můžete přitáhnout i tím, že do jejich redakce zatelefonujete.

KOHO BY EVROPSKÝ TÝDEN ODBORNÝCH DOVEDNOSTÍ A MOJE AKCE/AKTIVITA MOHLY ZAJÍMAT?

Přehledy místních akcí/aktivit

Místní přehledy či kalendária akcí/aktivit představují velmi dobrý způsob, jak probudit zájem o vaši akci a zajistit si publikum, protože lidé často sami rádi zjišťují, co se v jejich okolí děje. Různé webové stránky či publikace mají své vlastní nároky, takže budete muset napřed sami trochu zapátrat ve svém okolí, jaké přehledy u vás vycházejí a jak v nich svou akci/aktivitu inzerovat

Celostátní noviny

Celostátní noviny se mohou zajímat jak o samotný Evropský týden odborných dovedností, tak o jednotlivé aktivity, které se pořádají v jeho rámci. Pozornost těchto periodik můžete získat tím, že jim poskytnete fakta a čísla, která jsou zajímavá pro širší publikum, a nabídnete citace a rozhovory. Pošlete do jejich redakce tiskovou zprávu a následný e-mail stejně jako v případě místních novin.

Specializované publikace

O Týden mohou projevit zájem i odborné publikace (v oblasti zaměstnanosti a vzdělávání, sociální politiky nebo evropských záležitostí). Vzhledem k tomu, že obsah těchto publikací bývá plánován dlouho dopředu, je třeba jejich redakce oslovit co nejdříve. Informace, které jim poskytnete, mohou být techničtějšího rázu. Jejich zájem můžete probudit tím, že jim nabídne možnost promluvit s odborníkem nebo vyjádření někoho, kdo díky kvalitnímu OVP něčeho dosáhl.

VZTAHY S MÉDII

Chcete-li si zajistit prezentaci v médiích, může postupovat podle níže uvedeného kontrolního seznamu. Následně uvádíme i podrobnější rady a doporučení.

- Rozhodněte se, která média byste rádi oslovili.
- Řekněte jim, co pro ně může být v souvislosti s daným místem důležité nebo zajímavé.
- Upravte šablonu tiskové zprávy na webových stránkách tak, aby obsahovala informace o vaší akci.
- Uveďte své jméno a kontaktní údaje, abyste mohli odpovídat na dotazy.
- Sdílejte fotografie, videa, citáty a infografiky, které lze zveřejnit, a dbejte na dodržování požadavků na ochranu autorských práv a osobních údajů.
- Novináře v den konání akce přivítejte a seznamte je s lidmi, se kterými by možná chtěli udělat rozhovor.
- Rozmyslete si, s kým by bylo možné udělat rozhovor.
- Klíčová média následně kontaktujte i telefonicky.
- Svým kontaktům v médiích zašlete e-mailem tiskovou zprávu a fotografie.
- Vytrvejte až do zdárného konce!

Identifikace vhodných médií

Prvním krokem je zjistit, která média působí ve vaší oblasti. Kontakty na novináře, kteří se zabývají místním zpravodajstvím, otázkami zaměstnanosti a vzdělávání, sociální politikou nebo evropskými záležitostmi, si pak zjistíte na internetových stránkách média nebo telefonátem do redakce. Můžete si také zjistit, jak svou akci/aktivitu inzerovat v kulturních přehledech.

Tip

Dobrý seznam kontaktů je prvním krokem k zajištění úspěšného mediálního pokrytí. Svou akci/aktivitu může zviditelnit i jejím inzerováním v kulturních přehledech.

PŘÍPRAVA TISKOVÉ ZPRÁVY

Nejlepší způsob, jak poskytovat informace médiím, představují tiskové zprávy. Jako základ můžete použít šablonu dostupnou na webových stránkách. Vyberte si šablonu v příslušném jazyce a vyplňte údaje o události/aktivitě a všechny informace, které považujete pro daný region za důležité.

Většina médií dává přednost tomu, když jsou jim tiskové zprávy posílány v těle e-mailu spíš než v příloze, takže před odesláním svého e-mailu svůj text tiskové zprávy zkopírujte a vložte přímo do těla e-mailu.

Tipy

- Na prvním místě uveďte nejdůležitější informace. Vždy se snažte odpovědět na otázky co, kdo, kdy, kde a proč.
- Používejte krátké věty a dynamický styl.
- Nepoužívejte žargon a odborné výrazy a ke zkratkám uveďte vysvětlení.
- Uveďte citace a číselné údaje.
- Zašlete fotografii, kterou redakce bude moci použít (přiložte pouze fotografie, které mohou publikovat bez porušení autorských práv nebo práv spojených s ochranou osobních údajů).
- Uveďte své kontaktní údaje pro zasílání dotazů.

JAK SVOU TISKOVOU ZPRÁVU OŽIVIT

Cílem vaší tiskové zprávy je poskytnout novinářům relevantní a aktuální informace a materiály, které mohou publikovat, jako jsou fotografie, videa, příběhy o úspěchu, citace, infografiky, fakta a čísla.

Vizuální prvky používané v kampani Evropského týdne odborných dovedností
Tyto prvky by měly být součástí všech tiskových zpráv, aby bylo jasné, že vaše akce je součástí Evropského týdne odborných dovedností. Tyto vizuální prvky jsou k dispozici na internetových stránkách v oddíle Zdroje.

Fotografie z akcí/aktivit
K tiskovým zprávám je dobré připojit fotografie z vašich předchozích akcí/aktivit. Dávejte pozor na to, aby vám lidé na vašich akcích/aktivitách dali svolení, že mohou být fotografováni, a aby věděli, jakým způsobem mohou být tyto obrázky použity. Jedná o zákonný požadavek. Můžete to zařídit tak, že na pozvánky nebo na vstupenky připíšete příslušnou větu, anebo tak, že v den konání akce vylepíte v místě jejího konání plakáty, kde na to upozorníte. Respektujte, že lidé nemusejí souhlasit s tím, aby je samy nebo jejich děti někdo fotografoval. Chcete-li pořizovat snímky jednotlivých osob, budete od nich potřebovat, aby podepsali formulář pro zveřejnění, takže je lepší, když se zaměříte na fotografování skupin, ve kterých nelze identifikovat jednotlivce.

Veřejně dostupné fotografie (volná díla):
Pokud používáte obrázky z internetu, dbejte na to, abyste dodrželi všechny požadavky vyplývající z autorských práv. Můžete použít veřejně dostupné obrázky, které lze najít na stránkách, jako je Pixabay a Unsplash, jelikož jejich licenční podmínky jsou snadno splnitelné.

JAK SVOU TISKOVOU ZPRÁVU OŽIVIT

Videa
Přidejte odkaz na videa Evropského týdne odborných dovedností. Najdete je na internetových stránkách v oddíle Zdroje. Některá z nich mají titulky ve všech jazycích EU. Videa přitahují pozornost lidí a mohou je používat televizní kanály a internetové verze místních a celostátních periodik.

Inspirativní příběhy:
Vyberte příběhy z knihovny Share Your Story (Sdílejte svůj příběh) a obsah, který najdete na internetových stránkách Evropského týdne odborných dovedností, si upravte tak, aby ukazoval důležitost OVP, Evropského týdne odborných dovedností a vaší akce.

Citace
V tiskové zprávě uveďte nějakou citaci. Může pocházet od řečníků, kteří vystoupili na vaší akci, odborníků z vaší organizace nebo může jít o svědectví studentů.

Fakta a čísla týkající se OVP
Může se jednat o fakta a čísla, která se týkají daného regionu, dané země nebo celé EU, ale obecně platí, že čím více se vztahují k danému místu, tím více budou zajímavá pro vaše publikum.

ZÍSKÁVÁNÍ FAKTICKÝCH A ČÍSELNÝCH ÚDAJŮ

Vaše organizace může mít přístup k zajímavým údajům, které se týkají daného tématu. Případně pro vás mohou být zajímat údaje a čísla týkající se jednotlivých zemí, které pocházejí z evropských zdrojů. Nezapomeňte, že svůj zdroj musíte vždy uvést.

Monitor vzdělávání a odborné přípravy: zprávy, infopřehledy a informační grafiky pro jednotlivé země (GŘ EAC)

Zprávy o OVP v Evropě pro jednotlivé země (Cedefop).

Databáze profesního a odborného vzdělávání a přípravy – profily jednotlivých zemí (Mezinárodní centrum profesního a odborného vzdělávání a přípravy (UNEVOC a UNESCO).

Databáze vzdělávání UOE (UNESCO, OECD a Eurostat).

Statistika odborného vzdělávání a přípravy (Eurostat)

Statistika vzdělávání dospělých (Eurostat).

Můžete se také podívat na zdroje vnitrostátních organizací působících v oblasti OVP a na zdroje ministerstva školství či ministerstva práce a sociálních věcí (na celostátní či regionální úrovni), protože je pravděpodobné, že tyto organizace vydávají zprávy o OVP, které pro vás mohou být užitečné.

Zajímavé srovnání mohou poskytnout statistiky na úrovni EU, přičemž dobrým zdrojem těchto údajů je Eurostat. Zde je několik příkladů:

- 9,2 % evropské populace ve věku 25 až 64 let se účastní vzdělávání dospělých (2020). Zdroj: Eurostat – Statistika vzdělávání dospělých
- 60 % absolventů OVP najde své první zaměstnání během prvního měsíce od dokončení studia (během šesti měsíců 80 %) (2018). Zdroj: Stručná příručka k akci EU týkající se odborného vzdělávání a přípravy, str. 11
- Pandemie COVID-19 zvýraznila stávající nedostatky v digitálních dovednostech a objevují se nové nerovnosti. Zdroj: Evropská agenda dovedností pro udržitelnou konkurenceschopnost, sociální spravedlnost a odolnost, str. 1

ROZESLÁNÍ TISKOVÉ ZPRÁVY

Místním médiím a deníkům ji pošlete přibližně dva týdny před akcí. Je také užitečné poslat den nebo dva dny před konáním akce připomenutí.
Odborným publikacím a časopisům pošlete tiskovou zprávu dříve, protože jejich publikační kalendář může být zaplněn dlouho dopředu.

Tiskovou zprávu můžete také zveřejnit na webu své organizace a sdílet ji na platformách LinkedIn, Facebook a Twitter.

Navazování vztahů s novináři

K zajištění publicity může napomáhat navázání dobrých vztahů s novináři. Kromě zaslání tiskové zprávy můžete konkrétním novinářům zavolat a požádat je, aby o vaší akci napsali zprávu, článek nebo o ní natočili reportáž. Nezapomeňte se jich zeptat, zda mají nějaké konkrétní požadavky nebo zájmy. Před datem konání jim pošlete připomenutí. Vytrvejte až do zdárného konce!

Jak udělat dobrý rozhovor

Rozhovory lze vést osobně přímo na akci/aktivitě, telefonicky nebo elektronickou poštou. Pokud vás novinář požádá o rozhovor:

- Poskytněte mu základní údaje o vaší organizaci a o Evropském týdnu odborných dovedností. Informace o Evropském týdnu odborných dovedností a o důvodech jeho pořádání a o jeho tématech lze najít na internetových stránkách.
- Předem si rozmyslete, co chcete sdělit. Může si k tomu napsat poznámky, které vám pomohou.
- Soustřeďte se na hlavní věci, které chcete sdělit, a o nich mluvte na prvním místě.
- Buďte stručně a používejte příklady a osobní příběhy, aby vaše slova byla poutavější.

- Poskytněte svoje kontaktní údaje pro případ, že si novinář bude chtít některé informace znovu ověřit.

- jistěte se, že vám rozuměli, pokud jste jim poskytli informace, které si nepřeje přímo citovat.

- Zajímavý pro vás může být i rozhovor se třetí osobou, například s řečníkem, který vystoupil v rámci vaší akce, nebo s někým, kdo může podat nějaké osobní svědectví. V takovém případě si rozmyslete, kdo by byl pro rozhovor nejvhodnější. Dotyčných osob se zeptejte, jestli by jim nevadilo, že je bude kontaktovat tisk, a stručně s nimi promluvte o hlavních sděleních. Následně jim domluvte s novinářem telefonát nebo schůzku.

UŽITEČNÉ NÁSTROJE NA WEBU

Šablona tiskové zprávy pro Evropský týden odborných dovedností

Jsou k dispozici ve všech národních jazycích EU a stačí je jen upravit a odeslat.

Knihovna Share Your Story (Sdílejte svůj příběh)

Knihovna plná zajímavých příkladů úspěchů. Neváhejte a přidejte své vlastní příběhy!

Vizuální prostředky kampaně:

Ukažte, že vaše fotografie a příběhy jsou součástí Evropského týdne odborných dovedností.

ČASTO KLADENÉ OTÁZKY

Co mohu udělat pro to, aby můj příběh byl zajímavější?

Novináři mají rádi příběhy ze života. Osobní příběhy, citáty a čísla umožní vaší tiskové zprávě vyniknout.

Poskytuje Evropská komise kontakty na média?

Ne. Vzhledem k tomu, že Týden a související kampaň probíhají ve všech členských státech EU, v zemích EHP a kandidátských zemích, není to možné. Tato příručka obsahuje nicméně různá doporučení, jak si vytvořit databázi kontaktů na sdělovací prostředky a jak navázat vztahy s novináři.

Mám ještě další dotazy? Na koho se můžu obrátit?

Můžete nám psát na adresu Vocational2022@actionprgroup.com

Případně nás můžete kontaktovat prostřednictvím našich níže uvedených účtů na sociálních sítích. Nezapomeňte používat hashtagy kampaně!

@EU_Social

@EuropeanYouthEU

#EUVocationalSkills

#DiscoverYourTalent

@SocialEurope

@EuropeanYouthEU

EU Vocational Skills Week Group

KONTAKTUJTE NÁS

Případné dotazy týkající se způsobu komunikace a vztahu s médii vám rádi zodpovíme.

E-mail: Vocational2022@actionprgroup.com

Telefon: +357 22 818884

Webové stránky ec.europa.eu/social/tyden-odbornych-dovednosti

Netcompany-Intrasoft/Cecoforma/Action jménem Evropské komise. Všechny obrázky ©Shutterstock, 2022.