



2022.

Alati za odnose s medijima

EUROPEAN **VOCATIONAL
SKILLS WEEK** 2022



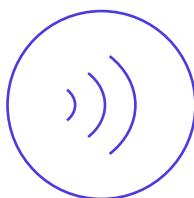
#EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent



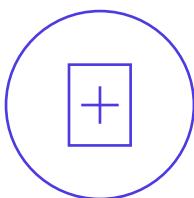
O ALATIMA ZA ODNOSE S MEDIJIMA

Ako želite biti dijelom Europskog tjedna vještina stečenih u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju 2022. („Tjedan“) i promicati svoja događanja i aktivnosti putem medija, ovo su alati za vas. Ovi vas alati vode kroz razne medijske kanale koje možete upotrijebiti da biste podigli razinu svijesti o Tjednu i pogodnostima strukovnog obrazovanja i osposobljavanja (SOO) u cijeloj Europi.

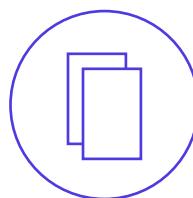
Ovi alati sadrže:



SAVJETE O TOME
KAKO PRISTUPITI
MEDIJIMA I
ISTAKNUTI
SVOJU PRIČU



UPUTE O TOME
KAKO PRIPREMITI
PRIOPĆENJE ZA
MEDIJE
I PREDLOŽAK KOJI
ĆETE PRILAGODITI
I POSLATI



IZVORE ZA
ČINJENICE
I BROJKE



SAVJETE O
PROVOĐENJU
RAZGOVORA
ZA MEDIJE

Za **ključne poruke** o kampanji Europskog tjedna vještina stečenih u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju, pročitajte dokument o ključnim porukama u odjeljku [Resursi](#) na mrežnoj stranici.

Potaknuta uspjehom prvih pet Europskih tjedana vještina stečenih u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju, Europska komisija sada organizira šesti Tjedan kako bi nastavila podizati svijest o važnosti SOO-a. Šesto izdanje Tjedna bit će mrežno događanje radi sigurnosnih mjera koje su poduzete u svrhu zaštite od bolesti COVID-19. Tjedan će se održati od 16. do 20. svibnja 2022. U Bruxellesu, a istovremeno će se moći pratiti i na internetu. Osim toga, stotine događanja i aktivnosti povezanih s Tjednom, a koji se odnose na SOO, organizirat će se diljem Europe tijekom cijele godine.



ŠTO JE EUROPSKI TJEDAN VJEŠTINA STEČENIH U STRUKOVNOM OBRAZOVANJU I OSPOSOBLJAVANJU?

Tjedan i njegove pripadajuće komunikacijske kampanje okupljaju polaznike, pružatelje obrazovanja i osposobljavanja, organizacije civilnog društva, tijela javne vlasti, poslovne organizacije i širu javnost da bi se podignula svijest o SOO-u diljem Europe. Slogan kampanje glasi **Otkrij svoje talente!**

Tjedan, koji se 2022. Podudara s **Europskom godinom mlađih**, želi predstaviti brojne mogućnosti koje SOO pruža mlađima i odraslima, kao i vrijednost koju SOO ima za gospodarstvo i budućnost rada i vještina. Ovogodišnja tema je SOO i Zelena tranzicija, koja je u skladu s vizijom Europske komisije da postane klimatski neutralna do 2050., kako je navedeno u Europskom zelenom planu.

Tjedan će predstaviti vještine kao prioritet Zelene tranzicije. Koje će nam nove vještine biti potrebne za napredovanje u okruženju koje štiti vrijedne resurse Zemlje? Koju ulogu SOO može odigrati u osiguravanju održive tranzicije za sve?

Tijekom pandemije koronavirusa koja je u tijeku, ozbiljno su zahvaćeni svi oblici obrazovanja i obuke. Ovo je prilika za novi pristup SOO-u koji će biti modernije, zanimljivije, fleksibilnije i spremno za tranziciju u digitalno doba, kao i ekološku tranziciju. Europska komisija iznijela je ambiciozan program za usmjeravanje aktivnosti za oporavak od bolesti COVID-19 prema zapošljavanju i socijalnoj politici, s naglaskom na vještinama te SOO. [Preporukom Vijeća o SOO-u](#) za održivu konkurentnost, socijalnu pravednost i otpornost, usvojena 2020., nastoji se osigurati da se u okviru SOO-a svoj radnoj snazi pruže vještine kojima će se ne samo poduprijeti zelena i digitalna tranzicija već će se i potaknuti oporavak.



ZAŠTO OBAVIJESTITI MEDIJE O SVOJEM SUDJELOVANJU U EUROPSKOM TJEDNU VJEŠTINA STEČENIH U STRUKOVNOM OBRAZOVANJU I OSPOSOBLJAVANJU?

Zbog pandemije koronavirusa koja je u tijeku, možda ćete htjeti organizirati digitalna događanja koja će upotpuniti sve fizičke aktivnosti. Ona mogu uključivati webinare, digitalne medijske kampanje, sajmove karijera putem mreže, okupljanja na platformama Facebook Live, Instagram Live ili druga okupljanja na mreži. Koji god oblik odabrali, medijska pokrivenost promiče vašu aktivnost i pokazuje kako se uklapa u Tjedan. Zahvaljujući tome, više će ljudi biti upoznato s događanjima ili aktivnostima i bit će motivirani sudjelovati. Medijska pokrivenost također može istaknuti vašu organizaciju izvan postojećih mreža i prenijeti poruku o događanju ili aktivnosti, ali i Tjednu. Time će se podići svijest i poboljšati slika SOO-a.



KOGA BI MOGLI ZANIMATI TJEDAN I MOJE DOGAĐANJE/AKTIVNOST?

Tjedan bi mogao zanimati sljedeće vrste medija:



Lokalne novine

Možete im se obratiti netom prije svog događanja da bi potaknuli ljudе da ih posjete. Dobar je pristup poslati priopćenje za medije otprilike dva tjedna prije događanja uz još jedan podsjetnik nekoliko dana prije. Nemojte se obeshrabriti ako ste primili svega nekoliko ili čak nijedan odgovor. Novinari su često prezauzeti da bi odgovorili na brojne poruke e-pošte koje svakodnevno primaju. Zato je važno poslati još jednu poruku tri ili četiri radna dana nakon prvog pokušaja kontaktiranja. Da biste privukli pozornost, pokušajte telefonskim putem kontaktirati s lokalnim novinama za koje biste željeli da pišu o vašem događanju ili aktivnosti.



KOGA BI MOGLI ZANIMATI TJEDAN I MOJE DOGAĐANJE/AKTIVNOST?



Popisi događanja/aktivnosti

Vodiči ili popisi lokalnih događanja ili aktivnosti odličan su način da potaknete ljudе da vas posjete jer ljudi često žele čuti o događanjima ili aktivnostima na svom području. Svaka mrežna stranica ili publikacija ima vlastite zahtjeve pa ćete morati pronaći popise za svoje područje i saznati kako dodati svoje događanje ili aktivnost.



Nacionalne novine

Nacionalne bi novine mogao zanimati Tjedan vještina i sve aktivnosti koje će se na njemu održati. Da biste ih zainteresirali, pružite im činjenice i brojke koje su važne širokoj publici, kao i citate i mogućnosti razgovora. Pošaljite priopćenje za medije i dodatnu poruku e-pošte, kao i s lokalnim novinama.



Specijalizirane publikacije

Specijalizirane publikacije (o problemima u zapošljavanju i obrazovanju, socijalnim politikama ili europskim poslovima) također bi mogле biti zainteresirani za Tjedan. Njima se trebate obratiti što ranije jer njihov urednički kalendar može biti unaprijed popunjeno. Informacije koje im pružite mogu biti više tehničke prirode. Pružanjem pristupa stručnjaku ili svjedočanstva nekoga tko je profitirao od kvalitetnog SOO-a imate veću šansu za objavu u medijima.



ODNOSI S MEDIJIMA

Ovo je popis kojeg se možete pridržavati kako biste osigurali medijsku pokrivenost. Popraćen je iscrpnijim savjetima.



Odlučite kojim se medijima želite obratiti.

Dodajte zanimljive i relevantne priče i informacije o svom mjestu.

Prilagodite predložak priopćenja za medije na mrežnoj stranici s informacijama o svom događanju.

Unesite svoje ime i kontakt podatke da biste mogli odgovarati na pitanja.

Dijelite fotografije, videozapise, citate i infografike koje će se objaviti, pazеći pritom da su u skladu s autorskim pravima ili zahtjevima za zaštitu podataka.

Dočekajte novinare na dan događanja ili aktivnosti i upoznajte ih s ljudima s kojima bi možda htjeli razgovarati.

Razmislite o tome s kim bi mogli razgovarati.

Nazovite glavne medije.

Ne odustajte!

Pošaljite objavu za medije i fotografije kontaktima za medije putem e-pošte.

Utvrđite kojim se medijima treba obratiti

Prvi je korak utvrditi koji mediji pokrivaju vaše područje. Na mrežnim stranicama ili telefonskim pozivom njihovim uredima možete saznati podatke za kontakt novinara koji pokrivaju lokalna događanja, pitanja o zapošljavanju i obrazovanju, socijalnoj politici ili europskim poslovima. Također se možete raspitati kako uvrstiti svoje događanje ili aktivnost na njihov popis događanja.

Savjet

Dobar popis kontakata prvi je korak prema uspješnoj pokrivenosti u medijima. Ako svoje događanje ili aktivnost uvrstite na popise događanja, bit će te vidljiviji.



PRIPREMA PRIOPĆENJA ZA MEDIJE

Najbolji način pružanja informacija medijima jest putem slanja priopćenja za medije. Kao bazu možete upotrijebiti predložak dostupan na mrežnoj stranici. Odaberite predložak na jeziku koji vam je potreban i ispunite informacije o svom događanju ili aktivnosti te unesite sve informacije specifične za vašu regiju ako mislite da su relevantne. Većina medijskih kuća radije prima priopćenja za medije u tijelu teksta poruke e-pošte nego u prilogu, stoga prije slanja kopirajte i zalijepite priopćenje u poruku e-pošte.



Savjeti

Najprije navedite važne informacije. Uvijek nastojte odgovoriti na pitanja što, tko, kada, gdje i zašto.



Upotrebljavajte kratke rečenice i dinamičan jezik.

Izbjegavajte žargon i stručne izraze te objasnite kratice.

Uključite citate i brojke.



Pošaljite fotografiju koju novinari mogu upotrijebiti (šaljite samo fotografije koje mogu objaviti bez kršenja autorskih prava ili prava na zaštitu osobnih podataka).

Unesite svoje podatke za kontakt da biste mogli odgovarati na pitanja.





UDAHNITE ŽIVOT SVOJEM PRIOPĆENJU ZA MEDIJE

Svrha vašeg priopćenja za medije jest pružiti novinarima relevantne i zanimljive informacije te materijale koje mogu objaviti, kao što su fotografije, videosnimke, priče o uspjehu, citati, infografike, činjenice i brojke.



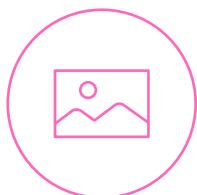
Vizualni elementi kampanje Europskog tjedna vještina stečenih u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju

Trebalo bi ih dodati u sva priopćenja za medije kako biste pokazali da je vaše događanje dio Tjedna. Dostupni su u odjeljku [Resursi](#) na mrežnoj stranici.



Fotografije događanja/aktivnosti

Fotografije vaših prijašnjih događanja ili aktivnosti idealne su za priopćenja za medije. Pobrinite se da ljudi na vašim događanjima ili aktivnostima daju dopuštenje da ih se fotografira i razumiju kako se fotografije mogu upotrijebiti. To je zakonska odredba. To možete učiniti dodavanjem jedne rečenice na pozivnice ili ulaznice ili putem postera koji će biti postavljeni na događaju, a na kojima će ta informacija biti navedena. Poštujte činjenicu da ljudi možda ne žele da ih se fotografira, kao ni njihovu djecu. Snimke pojedinaca zahtijevaju njihovu individualnu suglasnost te je stoga možda najbolje da se usredotočite na snimke skupina na kojima nije moguće identificirati pojedince.



Javno dostupne fotografije

Ako slike preuzimate s interneta, vodite računa o mogućim zahtjevima u pogledu autorskih prava. Možete odabrati javno dostupne slike sa stranica kao što su Pixabay i Unsplash jer se lako pridržavati njihovih ograničenja u pogledu dozvola.



UDAHNITE ŽIVOT SVOJEM PRIOPĆENJU ZA MEDIJE



Videosnimke

Stavite poveznicu na videosnimke Tjedna. Dostupne su u odjeljku [Resursi](#) na mrežnoj stranici. Neki od njih imaju titlove na svim jezicima EU-a. Videosnimke privlače pozornost ljudi, a mogu ih upotrebljavati i TV postaje i mrežne inačice lokalnih i nacionalnih publikacija.



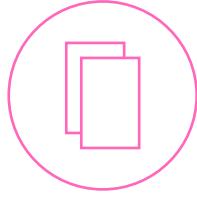
Inspirativne priče

Odaberite priče iz zbirke „Share your story“ (Podijelite svoju priču) i prilagodite sadržaj s mrežne stranice Tjedna kako biste pokazali važnost SOO-a, Tjedna i svog događanja.



Citati

Uključite citat u svoje priopćenje za medije. To mogu biti citati govornika na vašem događanju, stručnjaka iz vaše organizacije ili svjedočanstva polaznika.



Činjenice i brojke o SOO-u

Mogu biti karakteristične za određenu regiju ili državu ili se pak odnositi na cijeli EU, ali što su „lokalnije“, publika će se s njima više povezati.



IZVORI ČINJENICA I BROJKI

Vaša organizacija možda ima pristup zanimljivim i važnim podacima. Ako ne, u nastavku su navedeni europski izvori činjenica i brojki za određene države koji će vam možda biti korisni. Uvijek navedite izvor.

Pregled obrazovanja i osposobljavanja: izvješća po državama, informativni letci i infografike ([DG EAC](#))

[SOO u Europi izvješća po državama \(Cedefop\)](#)

[Svjetska baza podataka tehničkog i strukovnog obrazovanja i osposobljavanja – profili država \(UNEVOC i UNESCO\)](#)

[UOE-ova Baza podataka o obrazovanju \(UNESCO, OECD i Eurostat\)](#)

[Statistički podaci o strukovnom obrazovanju i osposobljavanju \(Eurostat\)](#)

[Statistike o učenju odraslih \(Eurostat\)](#)

Također možete provjeriti s nacionalnim agencijama za strukovno obrazovanje i osposobljavanje te u ministarstvu za obrazovanje i rad u svojoj državi ili regiji jer vjerojatno imaju izvješća o SOO-u koja možete upotrijebiti.

Statistički podaci na razini EU-a mogu poslužiti za zanimljivu usporedbu, a dobar je izvor takvih podataka Eurostat. Evo nekoliko primjera:

- Prema podacima iz 2020. godine **9,2 %** europske populacije u dobi između 25 i 64 godine sudjeluje u obrazovanju odraslih. Izvor: [Eurostat – statistika obrazovanja odraslih](#)
- Prema podacima iz 2018. godine, **60 %** polaznika koji su završili programe SOO-a pronađe prvi posao na dulje vrijeme unutar mjesec dana od završetka programa, a njih 80 % nakon šest mjeseci. Izvor: [Kratki vodič kroz mjere EU-a za strukovno obrazovanje i osposobljavanje \(SOO\), str. 11](#)
- Pandemija bolesti COVID-19 dodatno je naglasila postojeći nedostatak digitalnih vještina te je došlo do pojave novih nejednakosti. Izvor: [Program vještina za Europu za održivu konkurentnost, socijalnu pravednost i otpornost, str. 1](#)



DIJELJENJE PRIOPĆENJA ZA MEDIJE

Za **lokalne medije i dnevne novine**, pošaljite otprilike dva tjedna prije događanja. Također je dobra zamisao poslati podsjetnik dan ili dva prije događanja.

Za **specijalizirane publikacije i časopise** priopćenje za medije pošaljite ranije jer njihov urednički kalendar članaka može biti unaprijed rezerviran.

Priopćenje za medije možete objaviti i na mrežnoj stranici svoje organizacije te ga podijeliti na platformama [LinkedIn](#), [Facebook](#) i [Twitter](#).

Izgradnja odnosa s novinarima

Uspostavljanje dobrog odnosa s novinarima može pomoći u osiguravanju dobre pokrivenosti. Uz slanje priopćenja za medije, možete ih i nazvati i pozvati da pokriju vaše događanje. Ne zaboravite ih pitati imaju li kakve posebne zahtjeve ili interes. Pošaljite im podsjetnik prije događanja. Ne odustajte!

Vođenje uspješnih razgovora

Razgovore možete voditi licem u lice na događaju ili aktivnosti te putem telefona ili e-pošte. Ako zaprimite zahtjev za razgovor:



- Pružite novinaru osnovne informacije o svojoj organizaciji i Europskom tjednu vještina stečenih u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju. Informacije o Tjednu, njegovim počecima i temama mogu se pronaći na mrežnoj stranici.



- Unaprijed odlučite što želite reći. Možete napisati bilješke kojima ćete si pomoći.



- Usredotočite se na ključne poruke koje želite prenijeti i prvo predstavite glavne točke.



- Budite jezgroviti i upotrebljavajte primjere i osobna iskustva kako bi se vaša priča istaknula.



- Ostavite svoje podatke za kontakt u slučaju da novinar mora provjeriti neke informacije.



- Objasnite im da ne želite da vas direktno citiraju po pitanju nekih informacija koje ste im možda pružili.



- Možda želite da netko drugi razgovara s novinarkom, na primjer govornik na vašem događanju ili aktivnosti ili netko tko može prenijeti svoja iskustva. U tom slučaju, odlučite tko bi bio najbolja osoba za razgovor. Provjerite s tom osobom želi li razgovarati s novinarkama i objasnite joj koje su ključne poruke. Zatim dogovorite vrijeme kada ih novinar može nazvati ili se sastati s njima.



KORISNI ALATI NA MREŽNOJ STRANICI

Predložak priopćenja za medije o Europskom tjednu vještina stečenih u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju

Dostupan na svim jezicima EU-a, spreman za prilagodbu i slanje.

Zbirka „Share your story“ (Podijelite svoju priču)

Prepuna je zanimljivih priča o uspjehu. Slobodno dodajte vlastitu priču!

Vizualni elementi kampanje

Pokažite da su vaše fotografije i priče dio Tjedna.



ČESTO POSTAVLJANA PITANJA

Kako mogu svoju priču učiniti zanimljivijom?

Novinari vole priče iz stvarnog života. **S** pomoću osobnih priča, citata i brojki vaše će se priopćenje za medije istaknuti.

Osigurava li Europska komisija kontakt podatke medija?

Ne. Budući da se Tjedan i njegova kampanja provode diljem država članica EU-a, u zemljama EGP- a i u zemljama kandidatkinjama za pristupanje EU-u, to nije moguće. Međutim, ovi alati pružaju savjete o izradi baze podataka o medijima i o tome kako uspostaviti odnos s novinarima.

Imam dodatna pitanja. Kome se mogu obratiti?

Možete nam se obratiti putem e-pošte na adresi Vocational2022@actionprgroup.com.

Također nam se možete obratiti na društvenim mrežama putem računa navedenih u nastavku. Ne zaboravite upotrijebiti hashtagove kampanje!



@EU_Social

@EuropeanYouthEU

#EUVocationalSkills

#DiscoverYourTalent



@SocialEurope

@EuropeanYouthEU

EU Vocational Skills Week Group



OBRATITE NAM SE

Stojimo vam na raspolaganju za sva pitanja koja imate o aktivnostima u vezi s odnosima s medijima.



E-pošta: Vocational2022@actionprgroup.com



Telefon: +357 22 818884



Mrežna stranica: ec.europa.eu/social/vocational-skills-week

