



Evropská
komise

EVROPSKÝ TÝDEN ODBORNÝCH DOVEDNOSTÍ



2019 Příručka pro komunikaci se sdělovacími
prostředky

#DiscoverYourTalent

Zaměstnanost,
sociální věci
a sociální
začleňování



Základní informace o této příručce

Pokud máte zájem zúčastnit se Evropského týdne odborných dovedností 2019 a rádi byste propagovali své akce a aktivity, 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.

Příručka obsahuje tyto informace:

- tipy a 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 kvantifikovaných údajů,
- tipy, jak vystupovat při rozhovorech s redaktory.



Proč by se o vašem zapojení do Evropského týdne odborných dovedností měly dozvědět sdělovací prostředky?

První tři ročníky Evropského týdne odborných dovedností měly velký úspěch a Evropská komise se kvůli zvýšení povědomí o OVP rozhodla uspořádat čtvrtý ročník. Oficiální akce v rámci Evropského týdne odborných dovedností se budou konat ve dnech 14.–18. října 2019 a po celý rok budou pořádány stovky akcí a aktivit souvisejících s OVP na území celé Evropy. Evropská akce se bude konat v Helsinkách.

V rámci této iniciativy a souvisejících komunikačních kampaní se společně představí poskytovatelé vzdělávání a odborné přípravy, organizace občanské společnosti, orgány veřejné moci, obchodní organizace a širší veřejnost. Cílem je zvýšit informovanost o OVP v Evropě. Evropský týden odborných dovedností se atraktivním způsobem snaží představit příležitosti, které OVP nabízí mladým lidem i dospělým, a jeho výhody pro hospodářství, zaměstnanost i dovednosti v budoucnu. Letošní téma zní „OVP pro VŠECHNY – Dovednosti pro život“, zvláštní pozornost bude tedy věnována výjimečným, inkluzivním a celoživotním aspektům OVP.

K propagaci vlastní akce/aktivity a představení role, kterou v Evropském týdnu odborných dovedností hraje, můžete využít sdělovacích prostředků. Informace o konání akce/aktivity se tak dostanou k většímu počtu lidí a mohou je namotivovat k aktivní účasti. Články a reportáže v médiích mohou zviditelnit vaši organizaci i mimo síť vašich kontaktů a k účinnější propagaci akce i samotného Evropského týdne odborných dovedností. Větší publicita ve vaší zemi zlepší povědomí o OVP a přispěje k posunu ve vnímání této oblasti.

Mezi sdělovací prostředky s potenciálním zájmem o Evropský týden odborných dovedností patří:

Místní noviny, weby a blogy



Místní noviny, internetové stránky a blogy, které můžete oslovit ve fázi přípravy akce či aktivity a jejich prostřednictvím oslovit veřejnost. Přibližně čtrnáct dní před konáním akce je vhodné vydat tiskovou zprávu a několik dní před akcí zaslat krátké připomenutí. Zájem o akci/aktivitu můžete podnítit i telefonátem tiskovým střediskům, o jejichž reportáž či článek máte zájem. Vydavatelství nebo kanály se mohou rozhodnout uveřejnit o akci prezentační článek či reportáž předem, nebo až po konání akce na základě osobní účasti redaktora na místě samém.

Přehledy místních akcí



Přehledy místních akcí jsou skvělým způsobem, jak u lidí vzbudit zájem. O informace o místních akcích mají lidé obvykle velký zájem. Protože jednotlivé vydávané přehledy mají na zveřejňované údaje obvykle různé požadavky, ke zjištění způsobu úspěšného zadání požadavku na inzerci doporučujeme zjistit si podrobnější informace.

Celostátní noviny



Celostátní noviny se mohou zajímat jak o samotný Evropský týden odborných dovedností, tak o všechny konané akce a aktivity. Zájem těchto periodik můžete získat poskytnutím citací, příležitostí k zajímavým rozhovorům a faktů a čísel se vztahem k široké veřejnosti.

Specializované publikace



Specializované publikace jsou dalším médiem, které může mít o informace o Evropském týdnu odborných dovedností zájem. Vzhledem k tomu, že obsah těchto publikací je naplánován na dlouho dopředu, je třeba jejich redakce oslovit co nejdříve. Informace pro tato periodika mohou být odbornějšího charakteru. Zájem o zveřejnění článku můžete podpořit i nabídkou schůzky se zajímavým odborníkem nebo poskytnutím odborného dobrozdání.

Rozhlasové a televizní stanice



Rozhlasové a televizní stanice představují další sdělovací prostředky s pravděpodobným zájmem, a to zejména v případě neobvyklých, rušných akcí, jelikož budou atraktivní pro obrazovou nebo zvukovou reportáž.



Komunikace se sdělovacími prostředky

Při zajišťování prezentace své akce a Evropského týdne odborných dovedností ve sdělovacích prostředcích můžete využít tento kontrolní seznam. Za ním následují podrobnější rady a doporučení.

Kontrolní seznam pro komunikaci se sdělovacími prostředky

- ✓ Rozhodněte se, která média byste rádi kontaktovali.
- ✓ Do šablony tiskové zprávy doplňte informace o své akci.
- ✓ Uveďte i údaje se vztahem ke konkrétnímu státu nebo regionu, které považujete za důležité.
- ✓ Sdílejte fotografie, videa, citace a infografiky atd., které chcete zveřejnit.
- ✓ Rozmyslete si, s kým by bylo možné udělat rozhovor.
- ✓ Rozešlete tiskovou zprávu a fotografie zástupcům sdělovacích prostředků.
- ✓ Do nejdůležitějších médií ještě následně zavolejte.
- ✓ Uveďte své jméno a kontaktní údaje, na kterých budete k dispozici pro zodpovězení dotazů.
- ✓ V den konání akce buďte na místě, novináře přivítejte a představte je zajímavým lidem.

Která média kontaktovat?

Nejdříve je vhodné zjistit, které sdělovací prostředky informují o dění v místě či oblasti, kde působilte. 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 přímo do redakce. Můžete se také blíže seznámit s tím, jak svou akci dostat do přehledu místních či regionálních událostí.

Tip: Dobrý seznam kontaktů je prvním krokem k úspěšnému mediálnímu pokrytí. Akci dále zviditelníte zajištěním jejího uvedení v přehledu místních akcí.



Příprava tiskové zprávy

Informace se médiím nejlépe poskytují formou tiskových zpráv. Jako základ můžete použít šablony tiskových zpráv pro Evropský týden odborných dovedností, kteřé jsou k dispozici na webu. Vyberte šablonu v požadovaném jazyce a jednoduše doplňte údaje o akci/aktivitě a případně konkrétní informace k dané oblasti, o nichž se domníváte, že jsou zajímavé a důležité.

Protože většina sdělovacích prostředků raději dostává tiskové zprávy přímo v textu e-mailu (a nikoli jako přílohu), vyplněnou šablonu do e-mailu jednoduše zkopírujte.

Tipy:

- Nejdříve 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.
- Nezapomeňte na citace a číselné údaje.
- Zašlete fotografii, kterou redakce bude moci použít (přiložte pouze fotografie, které mohou publikovat bez porušení autorských práv nebo práv týkajících se osobních údajů)
- Uveďte kontaktní údaje pro dotazy.



Uvedení tiskové zprávy do života

Smyslem tiskové zprávy je poskytnout novinářům podstatné a pro zveřejnění zajímavé informace společně s materiálem, který mohou publikovat, jako jsou fotografie, videa, příklady úspěchu, citace, informační grafiky, faktické a číselné údaje.



Vizuální prvky Evropského týdne odborných dovedností: Tyto prvky by měly být součástí všech tiskových zpráv s cílem ukázat, že vaše akce je součástí Evropského týdne odborných dovedností. Tyto vizuální prvky jsou k dispozici na internetových [stránkách](#).



Fotografie z akcí: Je dobrý nápad zahrnout do tiskových zpráv fotografie z vašich předchozích akcí. Doporučujeme, abyste dodržovali správnou praxi a zajistili, že lidé na vašich akcích vědí, že jsou fotografováni, a že chápou, jak mohou být snímky použity. Toho lze dosáhnout přidáním věty v tomto smyslu na pozvánky nebo vstupenky. Můžete také vystavit plakáty upozorňující na tuto skutečnost v den konání. Je důležité respektovat, že lidé nemusejí chtít, aby oni sami nebo jejich děti byli fotografováni. V případě snímků jednotlivců budete potřebovat, aby podepisovali formulář pro zveřejnění. Je proto lepší zaměřit se na snímky skupin, kde nelze identifikovat jednotlivce.



Fotografie jako volná díla: Pokud získáváte obrázky z internetu, dbejte na dodržování jakýchkoli požadavků vyplývajících z autorských práv. Chcete-li mít jistotu, můžete použít obrázky jako volná díla ze stránek, jako je [Pixabay](#) a [Unsplash](#), jelikož jejich licenční omezení jsou jednoduchá.



Videa: Přidejte odkaz na videa Evropského týdne odborných dovedností uvedená na internetových stránkách. Některá z nich mají titulky ve všech jazycích EU. Videa jsou skvělá k získání zájmu lidí a mohou je používat televizní kanály a online verze místních a vnitrostátních periodik.



Inspirativní příběhy: Vyberte příběhy z knihovny [Sdílejte svůj příběh](#) a uzpůsobte obsah z internetových stránek Evropského týdne odborných dovedností s cílem ukázat důležitost OVP, Evropského týdne odborných dovedností a vaší akce.



Citace: V tiskové zprávě je dobré použít nějakou citaci. Může pocházet od řečníků na akci, odborníků z vaší organizace nebo může jít o názor od účastníků.



Fakta a čísla související s OVP: Mohou se týkat daného regionu či státu nebo se může jednat i o údaje z celé Evropské unie.

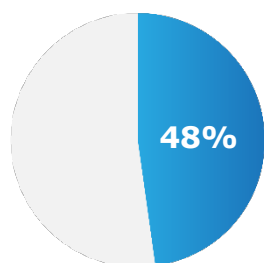
Získávání faktických a číselných údajů

Zajímavé a podstatné faktické a číselné údaje už možná máte k dispozici. Případně můžete využít i níže uvedené zdroje ze zemí EU. Nezapomínejte zdroj vždy ocitovat:

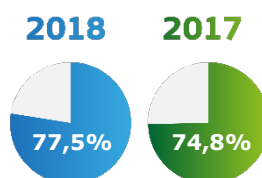
- Monitor vzdělávání a odborné přípravy 2018: zprávy, infopřehledy a informační grafiky (GR EAC).
- Vnitrostátní zprávy o OVP v Evropě (Cedefop).
- Databáze profesního a odborného vzdělávání a přípravy – profily států (Mezinárodní centrum profesního a odborného vzdělávání a přípravy (UNEVOC) a UNESCO).
- Databáze vzdělávání UOE (UNESCO, OECD a Eurostat).
- Statistika odborného vzdělávání a přípravy (Eurostat).
- Statistika vzdělávání dospělých (Eurostat).

Další data můžete získat u vnitrostátních organizací OVP a u ministerstva školství nebo ministerstva práce, které budou mít zřejmě k dispozici zprávy o OVP v jednotlivých státech.

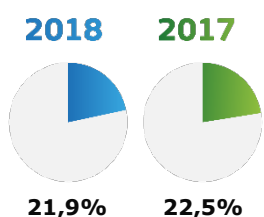
Zajímavé srovnání mohou poskytnout statistiky na úrovni EU, přičemž dobrým zdrojem těchto údajů je Eurostat:



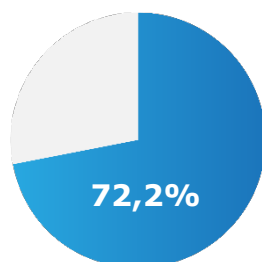
48% evropských studentů vyššího středního vzdělávání se účastní programů vyššího středního odborného vzdělávání a přípravy (2017).



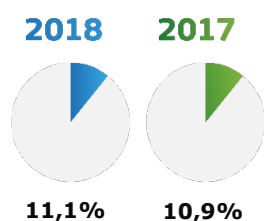
Míra zaměstnanosti čerstvých absolventů OVP v Evropě vzrostla ve srovnání s hodnotou **74,8%** (2017) na **77,5%** (2018).



Poměr dospělých s nízkou kvalifikací činí v Evropě **21,9%** (2018), což je pokles z hodnoty **22,5%** (2017).



V Evropské unii poskytuje zaměstnancům průběžné odborné vzdělávání **72,2%** zaměstnavatelů (2015).



11,1% evropských obyvatel ve věkové skupině od 25 do 64 let se účastní kurzů vzdělávání dospělých (2018), což je nárůst z hodnoty **10,9%** (2017).

Odeslání tiskové zprávy

Tiskovou zprávu byste měli do redakcí **místních sdělovacích prostředků** a **deníků** odeslat zhruba dva týdny před konáním akce. Je také vhodné zaslat upomínku den nebo dva dny před akcí.

Odborným periodikům a časopisům byste měli tiskovou zprávu poslat dříve, abyste si v jejich redakčním plánu zajistili prostor včas.

Informace o akci můžete zaslat i do **přehledu místních akcí**, a to přibližně měsíc před konáním akce podle způsobu vydávání přehledu.

Budování vztahů s novináři

Zajištění publicity ve sdělovacích prostředcích 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 na případné zvláštní požadavky a před datem konání jim zašlete krátké připomenutí. Na akci určete osobu, která bude novináře vítat, a zajistěte, aby měli zástupci médií všechny potřebné informace. Je vhodné pro ně připravit výtisky letáku Evropského týdne odborných dovedností 2019. Leták je k dispozici na webu.

Úspěšné vystupování při rozhovorech s novináři

Rozhovor s novinářem můžete vést osobně přímo na akci, telefonicky nebo elektronickou poštou. V případě žádosti o rozhovor je vhodné mít na paměti několik základních věcí.



Tipy:

- Poskytněte novinářům základní údaje o vaší organizaci a o Evropském týdnu odborných dovedností. Informace o Evropském týdnu odborných dovedností, jeho kontextu a tématech pro rok 2019 najdete na jeho internetových stránkách.
- Předem si rozmyslete, co budete chtít říkat. V případě potřeby si k rozhovoru udělejte krátké poznámky.
- Soustředte se na základní sdělení a jako první uvádějte hlavní body.
- Budte struční a výstižní, k oživení sdělení použijte příklady a osobní příběhy.
- Poskytněte svoje kontaktní údaje pro případ, že si novinář bude chtít informace znovu ověřit.
- Také může být zajímavé domluvit rozhovor s třetí osobou, například s mluvčím, který má na vaší akci projev, nebo s někým, kdo o vaší činnosti poskytne dobrozdání. V takovém případě si rozmyslete, kdo by byl pro rozhovor nejvhodnější. Zeptejte se, zda ho novinář může oslovit, a poskytněte mu základní informace o tématu a klíčových sděleních Evropského týdne odborných dovedností. Poté domluvte s novinářem termín rozhovoru.



Užitečné nástroje

- **Šablona tiskové zprávy pro Evropský týden odborných dovedností:** K dispozici ve všech národních jazycích EU a připravena k přizpůsobení a odeslání.
- **Knihovna Sdílejte svůj příběh:** Plná zajímavých příkladů úspěchů, které můžete použít. Neváhejte a přidejte své vlastní příběhy!
- **Vizuální prostředky kampaně:** Ukažte, že vaše fotografie a příběhy jsou součástí Evropského týdne odborných dovedností.



Časté otázky

Jak svou aktivitu mohu pro sdělovací prostředky ztraktivnit?

Pamatujte, že novináři mají rádi příběhy ze života. Tiskovou zprávu rozhodně oživíte připojením číselných údajů, osobních zážitků a výpovědí.

Poskytuje kontaktní údaje sdělovacích prostředků Evropská komise?

Neposkytuje. Není to reálné, protože se Evropský týden odborných dovedností a související kampaň konají v členských státech EU, na území EHP a v zemích, které o členství v EU usilují. Tato příručka ale obsahuje alespoň různá doporučení, jak navázat dobré vztahy s novináři a sestavit kvalitní databázi kontaktů na sdělovací prostředky.

Na koho se mám obrátit s dalšími dotazy?

Obráťte se na nás na adrese info@vocationalskillsweek.eu nebo na telefonním čísle +44 (0)207 444 4264. Případně nás můžete kontaktovat prostřednictvím našich profilů na sociálních sítích, které jsou uvedeny níže.



Napište nám

Případné dotazy ke způsobu komunikace s médii vám rádi zodpovíme.

E-mail: info@vocationalskillsweek.eu

Telefon: +44 (0)207 444 4264