



Evropska
komisija

2020

Zbirka orodij za odnose z mediji

EVROPSKI **TEDEN**
POKLICNIH SPRETNOSTI 2020



#DiscoverYourTalent

Zaposlovanje
socialne zadeve
in vključevanje



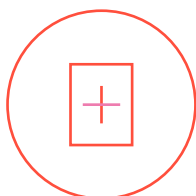
O ZBIRKI ORODIJ ZA ODNOSE Z MEDIJI

Če vas zanima sodelovanje na Evropskem tednu poklicnih spretnosti 2020 in bi radi promovirali svoje dogodke in aktivnosti v medijih, je ta zbirka orodij prava za vas. Vodi vas po različnih medijskih kanalih, ki jih lahko uporabite za ozaveščanje o Tednu in koristih poklicnega izobraževanja in usposabljanja (PIU) po vsej Evropi.

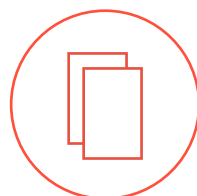
Ta zbirka orodij zagotavlja:



NASVETE V ZVEZI S
PRISTOPOM K MEDIJEM IN
KAKO DOSEČI, DA BO VAŠA
ZGODBA IZSTOPALA



NAVODILA O TEM, KAKO
PRIPRAVITE SPOROČILO ZA
JAVNOST IN PREDLOGO,
KI JO PRILAGODITE IN
POŠLJETE



VIRE Z DEJSTVI IN
ŠTEVILKAMI



NAPOTKE ZA IZVAJANJE
INTERVJUJEV ZA MEDIJE

Za **ključna sporočila** o kampanji Evropskega tedna poklicnih spretnosti si pogledajte dokument z naslovom Ključna sporočila v [razdelku z viri](#) na spletni strani.

Evropska komisija po zelo uspešnih prvih štirih Evropskih tednih poklicnih spretnosti zdaj organizira peti Teden, da bi še naprej ozaveščala o poklicnem izobraževanju in usposabljanju. Peto nadaljevanje Tedna je zaradi varnostnih ukrepov v zvezi s COVID-19 hibridni dogodek. Potekal bo od 9. do 13. novembra 2020 v Berlinu in obenem tudi na spletu. Berlin je bil izbran, ker bo Nemčija v drugi polovici letošnjega leta predsedovala EU. Poleg tega bo po vsej Evropi vse leto potekalo na stotine dogodkov in aktivnosti v zvezi s poklicnim izobraževanjem in usposabljanjem in v povezavi s Tednom.



KAJ JE EVROPSKI TEDEN POKLICNIH SPRETNOSTI?

Teden in spremljajoča komunikacijska kampanja združujeta udeležence in izvajalce izobraževanja in usposabljanja, organizacije civilne družbe, javne organe, poslovne organizacije in širšo javnost za večjo prepoznavnost poklicnega izobraževanja in usposabljanja po Evropi. Geslo kampanje je **Odkrij svoj talent!** Cilj Tedna je predstaviti številne priložnosti, ki jih lahko poklicno izobraževanje in usposabljanje zagotavlja mladim in odraslim, in vrednost, ki jo PIU prinaša gospodarstvu in prihodnosti dela in spretnosti. Letošnja tema je **poklicno izobraževanje in usposabljanje za prehode** na zeleno in digitalno v skladu s prednostnimi nalogami Evropske komisije za Evropski zeleni dogovor in Evropo, pripravljeno na digitalno dobo.

Pandemija koronavirusa povzroča precejšnje težave vsem oblikam izobraževanja in usposabljanja. To je priložnost za povsem nov pristop k poklicnemu izobraževanju in usposabljanju, da postane sodobnejše, privlačnejše, bolj prilagodljivo in primerno za digitalno dobo in prehod na zeleno gospodarstvo. Komisija je 1. julija 2020 predstavila ambiciozen program za usmerjanje prizadevanj za okrevanje zaradi COVID-19 na področjih zaposlovanja in socialne politike s poudarkom na spretnostih in poklicnem izobraževanju in usposabljanju. V sporočilu o Evropskem programu znanj in spretnosti na področju trajnostne konkurenčnosti, socialne pravičnosti in odpornosti predlaga 12 ukrepov EU za podporo partnerstev glede veščin, dokvalificiranje in prekvalificiranje ter krepitev vseživljenjskega učenja. S svojim priporočilom o poklicnem izobraževanju in usposabljanju želi zagotoviti, da PIU delovno silo opremi s spretnostmi, ki bodo podprle oživitve ter prehode na zeleno in digitalno. Več o vseh pobudah najdete [tukaj](#)



ČEMU MEDIJEM GOVORITI O SVOJEM SODELOVANJU NA EVROPSKEM TEDNU POKLICNIH SPRETNOSTI?

Zaradi pandemije koronavirusa boste morda letos želeli organizirati digitalni in ne fizični dogodek/aktivnost – to bi lahko bil spletni seminar, digitalna medijska kampanja, spletni karierni sejem, spletno druženje z uporabo aplikacij Facebook Live, Instagram Live ali katere koli druge. Ne glede na obliko, ki jo boste izbrali, boste s pokritostjo v medijih promovirali svoj dogodek/aktivnost in pokazali, kako se vključuje v Teden. Tako se bo več ljudi seznanilo z vašim dogodkom/aktivnostjo in to jih bo spodbudilo k sodelovanju. S pojavljanjem v medijih se lahko poveča prepoznavnost vaše organizacije zunaj obstoječih mrež, sporočilo o dogodku/aktivnosti in Tednu pa se razširi daleč naokoli. To vam bo pomagalo pri ozaveščanju o poklicnem izobraževanju in usposabljanju in izboljšanju njegove podobe.



KOGA BI MORDA ZANIMAL TEDEN IN MOJ DOGODEK/AKTIVNOST?

Vrste medijev, ki bi jih Teden utegnil zanimati:



Lokalni časopisi

Nanje se lahko obrnete že med pripravami na dogodek/aktivnost in tako spodbudite ljudi k udeležbi. Sporočilo za javnost približno dva tedna pred dogodkom/aktivnostjo, ki mu sledi opomnik nekaj dni prej, je dober pristop. Ne izgubite poguma, če bo odziva malo ali ga ne bo. Poročevalci so pogosto preprosto preveč zaposleni, da bi se odzvali na številna elektronska sporočila, ki jih prejmejo vsak dan. Zato je pomembno, da jim tri ali štiri delovne dni po prvem sporočilu pošljete še dodatnega. Prav tako lahko pokličete lokalne časopise, za katere si želite, da bi pisali o vašem dogodku/aktivnosti, da vam pomagajo pritegniti pozornost.



Seznami dogodkov/aktivnosti

Vodiči po lokalnih dogodkih/aktivnostih ali sezname so izvrsten način za spodbujanje ljudi k udeležbi na dogodku/aktivnosti, saj pogosto radi prisluhnejo informacijam o lokalnih dogodkih/aktivnostih, ki potekajo v njihovem kraju. Vsaka spletna stran ali objava ima svoje zahteve, zato boste morali malce raziskati in poiskati sezname na vašem območju in ugotoviti, kako prijaviti dogodek/aktivnost.



KOGA BI MORDA ZANIMAL TEDEN IN MOJ DOGODEK/AKTIVNOST?



Nacionalni časopisi

Nacionalne časopise morda zanimajo informacije o Tednu in aktivnostih, ki potekajo. Njihovo pozornost pomaga vzbuditi zagotavljanje dejstev in podatkov, ki so pomembni za splošno občinstvo, navedki in priložnosti za zanimive intervjuje. Pošljite jim sporočilo za javnost in dodatno elektronsko sporočilo tako kot lokalnim časopisom.



Strokovne publikacije

Tudi strokovne publikacije se bodo morda zanimale za informacije o Tednu. S slednjimi se povežite v čim bolj zgodni fazi, saj so lahko njihovi uredniški koledarji vnaprej zapolnjeni. Informacije, ki jih zagotavljate njim, so lahko bolj tehnične. K objavam jih boste spodbudili, če jim zagotovite dostop do strokovnjaka ali zgodbo osebe, ki ji je kakovostno PIU zelo koristilo.



ODNOSI Z MEDIJI

Tu je preprost kontrolni seznam, ki ga lahko upoštevate, da bi zagotovili pokritost. Sledijo podrobnejši nasveti.




Odločite se, katerim medijem bi se radi približali. 

Vključite svoje ime in kontaktne podatke, da boste lahko odgovorili na vprašanja.

Dodajte zanimive in pomembne zgodbe ter informacije. 

Predlogo sporočila za javnost [na spletni strani](#) prilagodite z vključitvijo informacij o svojem dogodku/aktivnosti.

Delite fotografije, video vsebine, navedke in infografike, ki jih je mogoče objaviti, pri čemer poskrbite, da boste izpolnjevali zahteve glede avtorskih pravic/varstva podatkov. 

Razmislite o tem, kdo bi lahko bil potencialni intervjuvanec.

Na dan dogodka pozdravite novinarje in jih predstavite ljudem, s katerimi se bodo morda želeli pogovoriti.

Po e-pošti pošljite svojim medijskim stikom sporočilo za javnost in fotografije. 

Ključne medije nato pokličite po telefonu. 

Vztrajajte! 

Opredelitev medijev, ki bi jih radi pritegnili

V prvem koraku opredeliti medije, ki pokrivajo vaše območje. Nato lahko na spletnih straneh ali s klicem pridete do kontaktnih podatkov novinarjev, ki pokrivajo lokalne dogodke, vprašanja v zvezi z zaposlovanjem in izobraževanjem, socialno politiko ali evropskimi zadevami. Prav tako si lahko pogledate, kako bi svoj dogodek/aktivnost uvrstili na sezname dogodkov.

Namig

Dober seznam stikov je prvi korak do uspešne pokritosti v medijih. Z uvrstitvijo dogodka/aktivnosti na sezname dogodkov boste deležni tudi večje prepoznavnosti.




PRIPRAVA SPOROČILA ZA JAVNOST

Najboljši način za zagotavljanje informacij medijem je, da jim pošljete sporočilo za javnost. Kot podlago lahko uporabite [predlogo, ki je na voljo na spletni strani](#). Izberite predlogo v želenem jeziku in izpolnite informacije o svojem dogodku aktivnosti in vse informacije, značilne za vašo regijo, ki se vam zdijo pomembne. Večina medijskih organizacij raje prejema sporočila za javnost v obliki osnovnega besedila elektronskega sporočila kot pa priponko, zato sporočilo za javnost skopirajte in prilepite v e-pošto, preden ga pošljete.



Napotki

Najprej postrezite s pomembnimi informacijami. Vedno poskušajte odgovoriti na vprašanja kaj, kdo, kdaj, kje in zakaj. 

Uporabljajte kratke stavke in dinamičen jezik.

Izogibajte se žargona in strokovnega jezika in pojasnite kratice.

Vključite navedke in številke. 

Pošljite fotografijo, ki jo lahko novinarji uporabijo (vključite le fotografije, ki jih lahko objavijo, ne da bi kršili avtorske pravice ali pravice do varstva osebnih podatkov).

Dodajte svoje kontaktne podatke, da bodo lahko zastavili vprašanja. 



VAŠE SPOROČILO ZA JAVNOST NAJ OŽIVI

Cilj sporočila za javnost je novinarjem zagotoviti pomembne in zanimive informacije ter gradivo, ki ga lahko objavijo, kot so denimo fotografije, video posnetki, zgodbe o uspehu, navedki, infografike, dejstva in številke.



Vizualne podobe Evropskega tedna poklicnih spretnosti

Dodajte jih k vsem sporočilom za javnost, da s tem poveste, da je vaš dogodek/vaša aktivnost del Tedna. Na voljo so v razdelku z [viri](#) na spletni strani.



Fotografije z dogodkov/aktivnosti

Fotografije z vaših prejšnjih dogodkov/aktivnosti so idealne, da jih vključite v sporočila za javnost. Zato poskrbite, da vam obiskovalci vaših dogodkov/aktivnosti dovolijo, da jih fotografirate, in da razumejo, kako se lahko fotografije uporabijo. To je pravna zahteva. To lahko naredite tako, da pojasnilo v enem stavku dodaste vabilom ali vstopnicam ali na dan dogodka/aktivnosti na prireditvi namestite plakate. Spoštujte dejstvo, da ljudje morda ne želijo, da fotografirate njih ali njihove otroke. Pri slikah posameznikov, boste morali pridobiti obrazec z njihovim privoljenjem, zato je najbolje, da se osredotočite na skupinske posnetke, na katerih posamezniki niso prepoznavni.

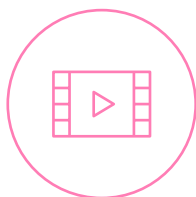


Fotografije v javni domeni

Če kot vir slik uporabljate internet, upoštevajte zahteve glede avtorskih pravic. Lahko se odločite za slike v javni domeni na straneh, kot so Pixabay in Unsplash, saj so njihove omejitve glede dovoljenja uporabe preproste in razumljive.



VAŠE SPOROČILO ZA JAVNOST NAJ OŽIVI



Video posnetki

Vključite povezavo do video posnetkov Tedna. Na voljo je v razdelku z [viri](#) na spletni strani. Nekateri imajo podnapise v vseh jezikih EU. Video posnetki pritegnejo pozornost, lahko pa jih uporabijo tudi televizije in spletne različice lokalnih in nacionalnih publikacij.



Navdihujoče zgodbe

V knjižnici Share Your Stories (Delite svojo zgodbo) izberite zgodbe in prilagodite vsebino spletne strani Tedna, da predstavite pomembnost poklicnega izobraževanja in usposabljanja, Tedna in svojega dogodka/aktivnosti.



Navedki

Navedek vključite v sporočilo za javnost. To so lahko navedki govornikov na vašem dogodku/aktivnosti, strokovnjakov iz vaše organizacije ali priporočila udeležencev v učnem procesu.



Dejstva in podatki o PIU

Lahko so regionalni, značilni za državo ali vso EU, toda bolj kot so »lokalni«, bolj se bo vaše občinstvo povežalo z njimi.



ISKANJE DEJSTEV IN PODATKOV

Vaša organizacija ima morda dostop do zanimivih in pomembnih podatkov. Sicer pa vam bodo morda v pomoč evropski viri dejstev in podatkov o posameznih državah. Ne pozabite vedno navesti vira.

Publikacija Education and training monitor: poročila posameznih držav, informativno gradivo in infografike ([GD za izobraževanje in kulturo](#))

[Poročila posameznih držav o poklicnem izobraževanju in usposabljanju v Evropi \(Cedefop\)](#)

[Svetovna podatkovna zbirka o tehničnem in poklicnem izobraževanju in usposabljanju – poročila za posamezne države \(Mednarodno središče za tehnično in poklicno izobraževanje in usposabljanje \(UNEVOC\) in UNESCO\)](#)

[Podatkovna zbirka UOE o izobraževanju \(UNESCO, OECD in Eurostat\)](#)

[Statistični podatki o poklicnem izobraževanju in usposabljanju \(Eurostat\)](#)

[Statistični podatki o izobraževanju odraslih \(Eurostat\)](#)

Prav tako lahko podatke preverjate pri nacionalnih agencijah za poklicno izobraževanje in usposabljanje in ministrstvu za šolstvo v svoji državi ali regiji, saj imajo po vsej verjetnosti poročila o PIU, ki jih lahko uporabite.

Statistični podatki na ravni EU lahko nudijo zanimivo primerjavo, Eurostat pa je dober vir takih podatkov. Tu je nekaj primerov:

- Stopnja zaposlenosti nedavnih diplomantov PIU v Evropi je **78,9 %** (2019). Vir: [Eurostat – Stopnje zaposlenosti novih diplomantov, str. 2.](#)
- **10,8 %** prebivalcev Evrope, starih med 25 in 64 let, je vključenih v izobraževanje odraslih (2019). Vir: [Eurostat – Statistični podatki o izobraževanju odraslih](#)
- **60 %** diplomantov poklicnega izobraževanja in usposabljanja dobi prvo redno zaposlitev v enem mesecu po zaključku svojega šolanja (80 % po šestih mesecih) (2018). Vir: [Kratek vodnik o ukrepih EU na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja str. 11](#)
- **29 %** posameznikov (EU 27) ima nizko splošno digitalno pismenost (2019). Vir: [Eurostat](#)
- Pandemija **COVID-19** še poudarja obstoječo vrzel v digitalni pismenosti, pojavljajo se nove neenakosti. Vir: [Evropski program znanj in spretnosti za trajnostno konkurenčnost, socialno pravičnost in odpornost. str. 1](#)



POŠILJANJE OBVESTILA ZA JAVNOST

Lokalnim **medijem in dnevnim časopisom** ga pošljite približno dva tedna pred dogodkom/aktivnostjo. Dobro je tudi, da jim dan ali dva pred dogodkom/aktivnostjo pošljete opomnik. Strokovnim **publikacijam in revijam** pošljite sporočilo za javnost prej, saj so morda njihovi uredniški urniki vnaprej zapolnjeni.

Sporočilo za javnost lahko objavite tudi na spletni strani svoje organizacije in ga delite na **omrežjih LinkedIn, Facebook in Twitter**.

Vzpostavljanje odnosov z novinarji

Vzpostavljanje dobrega odnosa z novinarji lahko pripomore k dobri pokritosti. Pošljite jim sporočilo za javnost, poleg tega pa jim lahko telefonirate in jih povabite, da poročajo o vašem dogodku/aktivnosti. Ne pozabite jih vprašati, ali imajo kakšne posebne zahteve ali interese. Pred dogodkom jim pošljite opomnik. Vztrajajte!

Vodenje uspešnih intervjujev

Intervjuji lahko potekajo osebno, neposredno na dogodku/aktivnosti, po telefonu ali e-pošti. Če prejmete prošnjo za intervju:



- Novinarju zagotovite osnovne informacije o svoji organizaciji in Evropskem tednu poklicnih spretnosti. Informacije o Tednu, njegovem ozadju in temah lahko najdete na spletni strani.



- Že vnaprej se odločite, kaj želite povedati. Lahko si pripravite zapiske, ki vam bodo v pomoč.



- Osredotočite se na ključna sporočila, ki jih želite posredovati, in najprej predstavite svoja glavna stališča.



- Bodite jedrnat in uporabite primere ter osebne zgodbe, da bo vaša zgodba izstopala.



- Pustite svoje kontaktne podatke, če bo moral poročevalec dodatno preveriti katere koli informacije.



- Prepričajte se, da razumejo, če ste jim dali informacije, za katere ne želite, da jih neposredno navajajo.



- Morda boste želel organizirati intervjuju z nekom drugim, denimo z govornikom na vašem dogodku ali nekom, ki lahko prispeva svojo zgodbo. V tem primeru se odločite, kdo bi bil prava oseba za intervju. Preverite, ali se ta oseba strinja, da novinarji stopijo v stik z njo, in jo seznanite s ključnimi sporočili. Nato za novinarja določite termin, ko naj to osebo pokliče ali se z njo sestane.



KORISTNA ORODJA NA SPLETNI STRANI

[Predloga sporočila za javnost v zvezi z Evropskim tednom poklicnih spretnosti](#)

Na voljo v vseh nacionalnih jezikih EU in jo lahko prilagodite in pošljete.

[Knjižnica Share Your Story](#)

Polna zanimivih zgodb o uspehu. Poljubno dodajte svoje zgodbe!

[Vizualne podobe kampanje](#)

Pokažite, da so vaše fotografije in zgodbe del Tedna.



POGOSTO ZASTAVLJENA VPRAŠANJA

Kako lahko povečam privlačnost svoje zgodbe?

Novinarji imajo radi zgodbe iz resničnega življenja. Vaše sporočilo za javnost bo izstopalo z vključitvijo osebnih zgodb, navedkov in podatkov.

Ali Evropska komisija zagotavlja kontaktne podatke medijev?

Ne. Ker Teden in ustrezna kampanja potekata v državah članicah EU in EGP in v državah kandidatkah, to ni mogoče. Vendar pa ta zbirka orodij ponuja nasvete glede oblikovanja medijskih podatkovnih baz in napotke o tem, kako vzpostavljati odnose z novinarji.

Imam dodatna vprašanja. Na koga se lahko obrnem?

Lahko nam pošljete elektronsko sporočilo na empl-vocational-skills-week@cecoforma.com ali nas pokličete na telefonsko številko +386 40 62 64 29. Prav tako lahko stopite stik z nami na družbenih omrežjih prek spodnjih računov. Ne pozabite uporabiti oznak kampanje!



[@EU_Social](#)

[@EuropeanYouthEU](#)

[#EUVocationalSkills](#)

[#DiscoverYourTalent](#)



[@SocialEurope](#)

[@EuropeanYouthEU](#)

[EU Vocational Skills Week](#)

[Group EU Vocational Skills Week Group](#)



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: empl-vocational-skills-week@cecoforma.com



Telefon: +38 640 626 429



Spletna stran: ec.europa.eu/social/vocational-skills-week

