

CENTRĀLĀS STATISTIKAS PĀRVALDES KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJA

Komunikācijas stratēģija nosaka komunikācijas mērķus un principus, kas jāievēro, kā arī aktivitātes, kas veicamas, lai šos mērķus sasniegtu. Komunikācijas stratēģijā arī definētas svarīgākās lietotāju grupas un to pamatvajadzības.

KOMUNIKĀCIJAS MĒRĶI

1. Oficiālās statistikas un CSP “zīmola” stiprināšana

Mēs strādājam pie tā, lai atsauce uz "Centrālās statistikas pārvaldes" un "oficiālās statistikas" datiem vienmēr un visur tiktu uztverta kā kvalitātes zīme. Publicējot oficiālo statistiku Eiropas un starptautiskajos kvalitātes dokumentos noteiktos principus, jo stingra šo principu ievērošana atšķir oficiālo statistiku no cita veida datiem. Veidot un nostiprināt CSP tēlu – pieejams, atvērts, uzticams datu avots.

- **Neitralitāte un profesionālā neatkarība;**
Preses relīzēs un analītiskos aprakstos nav nekādu politisku paziņojumu, ietekmes, virsraksti un datu apraksti ir informatīvi, tomēr pietiekami neitrāli un objektīvi jeb pierādāmos faktos balstīti.
- **Pieejamība un caurspīdīgums / skaidrība;**
Dati ir ērti atrodamī un izmantojami ikvienam, kam tie nepieciešami.
Datus publicē kopā ar aprakstiem un metadatiem, kas veicina pareizu datu interpretāciju un jēgpilnu salīdzinājumu izdarīšanu. Metadati satur informāciju par rādītāju definīcijām, datu avotiem, aprēķina metodēm.
Dati tiek publicēti iespējami detalizēti un iespējami garā laikrindā, kas nodrošina datu analītisko potenciālu.
Publicētajā statistikā atrastās kļūdas iespējami drīz tiek labotas.
- **Savlaicīgums un punktualitāte;**
Datus par jauniem oficiālās statistikas rādītājiem vai datus par jauniem periodiem publicē saskaņā ar iepriekš noteiktu un publiski pieejamu datu izplatīšanas kalendāru, kurā noteikts datu publicēšanas datums.

2. Komunikācija ir atbilstoša datu lietotāju mainīgajām vajadzībām

CSP tika dibināta 1919. gadā, lai nodrošinātu valsti un sabiedrību ar kvalitatīvu un starptautiski salīdzināmu statistiku lēmumu pieņemšanai, demokrātiskām diskusijām sabiedrībā. Šī pamatvajadzība nav mainījusies un šobrīd, kad pasaulē ir daudz dažādu arī apšaubāmu datu avotu, tā ir jo sevišķi aktuāla. Toties sabiedrībai aktuālie jautājumi, komunikācijas kanāli un ātrums, datu lietotāju paradumi un tiem atbilstošākie datu publicēšanas formāti nemitīgi mainās, tāpēc komunikācijai vienmēr jāmainās līdzī, lai atbilstu datu lietotāju mainīgajām vajadzībām.

- **Atbalsts medijiem un analītiskajiem žurnālistiem;**
Komunikācija ar medijiem un žurnālistiem veicina statistikas izmantošanu demokrātiskas valsts mērķiem: objektīvai un patiesos faktos balstītai diskusijai kā pretsvaram viltus ziņām. Atbildes uz žurnālistu jautājumiem tiek sniegtas bez maksas un nepieciešamajā termiņā, lai atbalstītu kvalitatīvu un ticamu datu izmantošanu sabiedrības informēšanā.
- **Ātras un lietotājam saprotamas atbildes;**
Visi datu lietotāju jautājumi tiek atbildēti, lietojot statistikā pieņemtu terminoloģiju, tomēr vienkāršā un skaidrā valodā, kas saprotama ikvienam. Mēs cenšamies palīdzēt iespējami ātri: atrast nepieciešamos statistikas datus, interpretēt tos pareizi un veikt jēgpilnus salīdzinājumus.
- **Dažādi komunikācijas kanāli;**
Mēs izmantojam dažādus komunikācijas kanālus, lai statistikas dati sasniegtu iespējami plašu auditoriju. Katrā no komunikācijas kanāliem nodrošinām atbilstošu valodu, izteiksmes stilu un statistikas vizualizēšanas paņēmienus.
- **Lietotāju iesaiste, koprade.**
Veidojot jaunus statistikas produktus un pakalpojumus, to izstrādē tiek iesaistīti lietotāji. Dialogu ar lietotājiem uzturam konferencēs, klātienes tikšanās reizēs, sociālajos medijos un veicot mērķorientētas aptaujas par konkrētu produktu vai pakalpojumu .
- **Lietotāju paradumu novērošana, analīze;**
Izmantojam mediju monitoringu, *Google analytics* un pēc vajadzības citus rīkus, lai izdarītu secinājumus par nepieciešamām izmaiņām komunikācijā un datu izplatīšanā. Izmantojam sociālos tīklus ne tikai sava vēstījuma nodošanai, bet arī lai ieklausītos savos lietotājos. Ko
- **Atgriezeniskā saite;**
Lietotāju vēstījums nepaliek tikai komunikācijas struktūrvienības, tas tiek nodots statistikas ražotājiem un tiek izmantots statistikas pilnveidošanā.

3. Komunikācija un datu izplatīšana ir moderna un inovatīva

Mūsu komunikācija liecina par to, ka CSP ir moderna un inovatīva iestāde.

- **Reakcija uz sabiedrībā notiekošo;**
Papildus plānotajām oficiālās statistikas relīzēm aktīvi sekojam līdzi sabiedrībā notiekošajam un, kad iespējams, ar atbilstošiem rīkiem aktualizējam atbilstošos statistikas rādītājus, kas varētu papildināt sabiedriskās diskusijas ar faktos balstītiem argumentiem.
- **Atvērtība un dažādi formāti;**
Oficiālās statistikas dati var tikt publicēti dažādos formātos (datus stāstos, publikācijās, infografikās, interaktīvos vizualizācijas rīkos u. c.). Komunikācijas struktūrvienība nosaka lietotājiem draudzīgāko formātu un tās vēlmes respektē statistikas ražotāji. Statistika vienmēr tiek publicēta atvērto un atkalizmantošanu atbalstošos formātos, tādējādi veicinot statistikas izmantošanu un uz tiem balstītu inovatīvu produktu veidošanu
- **Inovatīvi produkti;**
Veidojam jaunus, inovatīvus datu analīzi veicinošus produktus, kas ļauj ar statistikas palīdzību viegli saskatīt kopīgo, atšķirīgo, kā arī novērtēt attīstības tendences dažādās sabiedrībai aktuālās un interesantās tēmās.
- **Eksperimentālā statistika;**
Popularizējam eksperimentālo statistiku, kuras aprēķināšanā izmanto jaunus datu avotus un metodes, cenšoties paplašināt statistikas klāstu vai detalizācijas līmeni atbilstoši lietotāju vajadzībām.

MĒRĶA GRUPAS

Mūsu lietotāji ir visa Latvijas sabiedrība, tomēr, lai efektīvi komunicētu izvēlotos piemērotākos kanālus un veidotu dažādām vajadzībām pielāgotu saturu, nepieciešams izdalīt dažādas lietotāju grupas, kurām ir līdzīgas prioritātes un vajadzības.

Sabiedrības informēšanai plašsaziņas līdzekļi ir visefektīvākie, tie aptver visas saziņas formas (radio, TV, prese, interneta portāli) ar masu auditoriju, tāpēc plašsaziņas līdzekļiem tiek piešķirta augsta prioritāte.

Mediji, žurnālisti, citas valsts institūcijas un sabiedriskās organizācijas ir sabiedrotie, ar kuriem kopā sabiedrībai sniegt objektīvu un faktos balstītu informāciju kā pretsvaru interneta resursos cirkulējošām viltus ziņām.

1. Plašsaziņas līdzekļi - informācijas starpnieki

- ziņu aģentūras,
- mediji (radio, TV, prese, interneta portāli),
- žurnālisti.

2. Datu lietotāju grupas

- ministrijas, valsts institūcijas un pašvaldības,
- uzņēmumi,
- pētnieciskās un zinātniskās iestādes, pētnieki, ekonomisti
- vēstniecības,
- sabiedriskās organizācijas,
- izglītības iestādes, skolēni, studenti.

3. Sociāli un ekonomiski aktīvie Latvijas iedzīvotāji (sabiedrība kopumā)

LIETOTĀJU PROFILI

	Vispārējas zināšanas	Eksperts, specifiskas zināšanas kādā jomā	Datu analītiķis, pētnieks	Produktu radītājs (programmētājs)
	Statistikas datus pārsvarā uzzin ar starpnieku palīdzību, nelieto statistiku regulāri – nejauša interese vai reta lietošanas vajadzība.	Labi pārzin kādu statistikas tēmu, bieži lieto statistiku.	Veic pētījumus izmantojot statistiku, to detalizēti analizējot ar dažādiem statistikas apstrādes rīkiem	Lieto statistiku radot IT balstītus pakalpojumus, produktus, ko izmanto trešās puses
Preses relīzes	Bieži/primārs	Bieži/primārs	Reti/sekundārs	Reti/sekundārs
Saturs sociālajos medijos, infografikas, video	Bieži/primārs	Bieži/sekundārs	Reti/sekundārs	Reti/sekundārs
Interaktīvi datu vizualizācijas rīki	Reti/primārs	Bieži/sekundārs	Reti/sekundārs	Reti/primārs
Timekļa vietne – publikācijas, kartes. Datubāze – datu atlase, lejupielāde, aprakstošie metadati	Reti/primārs	Bieži/primārs	Bieži/primārs	Reti/sekundārs
Datubāze – API, strukturālie metadati			Reti/primārs	Bieži/primārs
Piekļuve individuāliem datiem zinātniskiem mērķiem			Bieži/primārs	