



Valsts zemes
dienests

Valsts zemes dienests

Komunikācijas politika

2026. gada 7. aprīlis

Mūsdienu valsts pārvaldē komunikācija ir būtiska labas pārvaldības, uzticēšanās un sabiedrības iesaistes sastāvdaļa. Valsts zemes dienests (turpmāk – VZD, iestāde) pārvalda datus, pieņem lēmumus un nodrošina pakalpojumus, kas ietekmē plašu sabiedrības loku - no nekustamā īpašuma īpašniekiem un uzņēmējiem līdz pašvaldībām, investoriem un nozares profesionāļiem. Tādēļ VZD komunikācijai jābūt skaidrai, atbildīgai un uzticamai.

Komunikācija VZD ir stratēģiska funkcija, kas palīdz sabiedrībai izprast nekustamā īpašuma procesus, stiprina uzticēšanos valsts datiem un veido iestādes reputāciju kā profesionālam un uz sadarbību vērstam partnerim. Tā vienlaikus nodrošina arī informētu un iesaistītu iestādes iekšējo vidi, informētus VZD darbiniekus.

Šī komunikācijas politika nosaka vienotus principus, pieeju un atbildības sadalījumu VZD komunikācijā.

1. Terminoloģija

Ārējā komunikācija - informācijas sniegšana sabiedrībai, klientiem, sadarbības partneriem, medijiem un citām institūcijām par VZD darbību, pakalpojumiem, datiem un aktualitātēm.

Dezinformācija - publiskajā telpā izplatīta neprecīza vai maldinoša informācija par VZD darbību, datiem vai lēmumiem. Atšķiras no – *maldīgās informācijas* (neprecīza informācija bez ļaunprātīga nolūka) un *manipulatīvās informācijas* (patiesības izkropļošana ar mērķi ietekmēt viedokli).

Iekšējā komunikācija - informācijas aprīte VZD iekšienē starp vadību, struktūrvienībām un nodarbinātajiem, kas nodrošina vienotu izpratni par iestādes mērķiem, lēmumiem un procesiem.

Komunikācija - mērķtiecīga, plānota un koordinēta informācijas apmaiņa starp VZD un tā mērķgrupām. Tā ietver informēšanu, skaidrošanu, dialogu, sabiedrības iesaisti un reputācijas veidošanu.

Komunikācijas formas - dažādi veidi, kā VZD īsteno informācijas apmaiņu ar nodarbinātajiem, sabiedrību un sadarbības partneriem. Komunikācijas formas ietver rakstisku (piemēram, e-pasti, dokumenti, publikācijas), mutisku (piemēram, konsultācijas,

intervijas, sanāksmes), digitālu (piemēram, tīmekļvietnes, sociālie tīkli, e-pakalpojumi, podkāsti) un vizuālu komunikāciju (piemēram, infografikas, prezentācijas, video), kā arī klātienē un attālinātu saziņu.

Komunikācijas kanāli - platformas un līdzekļi, ko VZD izmanto saziņai ar sabiedrību un klientiem, piemēram: digitālos kanālus (mājaslapa, e-pasts, sociālie mediji, e-pakalpojumi), tiešās komunikācijas kanālus (klientu apkalpošanas centri, tālrunis), mediju kanālus (preses relīzes, intervijas) un informatīvos materiālus (ziņu lapas).

Komunikācijas politika - VZD noteikta pieeja, principi un kārtība, kā iestāde komunicē ar sabiedrību, klientiem, sadarbības partneriem un mediju pārstāvjiem.

Mērķauditorija - personas vai grupas, kurām VZD paredz nodot informāciju vai uzrunāt ar savām aktivitātēm.

Reputācija - sabiedrības priekšstats par VZD profesionalitāti, uzticamību un darbības kvalitāti.

Reputācijas risks - potenciāls notikums vai apstākļi, kas var negatīvi ietekmēt sabiedrības uztveri par VZD, tā darbību vai datiem. Reputācijas riski ietver mediju negatīvo atspoguļojumu, klientu sūdzības, datu noplūdes un pakalpojumu traucējumus.

Vizuālā identitāte - VZD vizuālā noformējuma standarti – logotips, krāsas, fonti un citi dizaina elementi, kas noteikti Valsts pārvaldes iestāžu vienotajā vizuālajā identitātē (Grafiskajā standartā).

2. Komunikācijas mērķis un prioritātes

Lai vairotu sabiedrības uzticēšanos VZD un veicinātu izpratni par tā kompetencē esošajām jomām, komunikācijas mērķis ir nodrošināt skaidru, savlaicīgu un uzticamu informāciju par VZD darbību, normatīvo regulējumu, pakalpojumiem un datiem.

Komunikācijas prioritātes:

- 2.1. nodrošināt skaidru un saprotamu informāciju par VZD pakalpojumiem, datiem un to izmantošanu, kā arī veicināt sabiedrības izpratni par jautājumiem VZD kompetences jomās;
- 2.2. stiprināt VZD kā mūsdienīgas un uzticamas reģistra iestādes tēlu;
- 2.3. atbalstīt pārmaiņu un attīstības projektus ar savlaicīgu un proaktīvu publisko komunikāciju;
- 2.4. nodrošināt efektīvu iekšējo komunikāciju, kas veicina nodarbināto informētību, iesaisti un izpratni par iestādes mērķiem;
- 2.5. nodrošināt savlaicīgu, caurspīdīgu un koordinētu komunikāciju krīzes situācijās.

3. Komunikācijas pamatprincipi

Caurspīdīgums

VZD komunikācijā ievēro atklātību un pieejamību, ievērojot normatīvos ierobežojumus. Iestāde sniedz sabiedrībai patiesu, pārbaudītu un savlaicīgu informāciju par savu darbību, lēmumiem un pakalpojumiem.

Precizitāte

VZD komunikācijā sniegtā informācija ir faktos balstīta, pārbaudīta un atbilst spēkā esošajam normatīvajam regulējumam. Pirms publicēšanas vai izplatīšanas informācija tiek saskaņota ar atbildīgajiem ekspertiem, lai nodrošinātu tās pareizību un pilnīgumu.

Saprotamība

Nekustamā īpašuma joma ir juridiski un tehniski sarežģīta, tādēļ VZD cenšas runāt vienkārši un saprotami. Informācija tiek sniegta tā, lai to varētu saprast arī cilvēks bez speciālām zināšanām. Ja nepieciešams, profesionālie termini tiek skaidroti.

Savlaicīgums

Informācija tiek sniegta savlaicīgi, īpaši gadījumos, kad tā ir aktuāla – notiek izmaiņas pakalpojumos, sistēmās vai normatīvajā regulējumā.

Vienota pozīcija

VZD komunikācija ir saskaņota un konsekventa visos kanālos. VZD ievēro vienotu vizuālo identitāti saskaņā ar *Valsts pārvaldes iestāžu vienoto vizuālo identitāti (Grafisko standartu)*, vēstījumu toni un kvalitātes standartus.

Cienpilna attieksme

Komunikācija ar sabiedrību, klientiem un sadarbības partneriem ir profesionāla, korekta un cienpilna neatkarīgi no situācijas vai komunikācijas kanāla.

4. Galvenās mērķgrupas:

- 4.1. Sabiedrība (nekustamo īpašumu īpašnieki, iedzīvotāji, mediji);
- 4.2. Nozares profesionāļi (mērniki, ģeodēzisti, nekustamā īpašuma attīstītāji un sertificēti vērtētāji, arhitekti, notāri u.c.);
- 4.3. Politikas veidotājs;
- 4.4. Valsts un pašvaldību institūcijas;
- 4.5. Sociālie partneri (NVO);
- 4.6. Starptautiskās organizācijas (EuroGeographics, FIG, EuroSDR, ANO darba grupas);
- 4.7. Augstākās izglītības mācību iestādes;
- 4.8. Nodarbinātie (iekšējā mērķgrupa).

5. Politikas mērogs

Šī politika attiecas uz visiem VZD nodarbinātajiem un visām komunikācijas formām:

- 5.1. saziņu ar klientiem un sabiedrību;
- 5.2. iekšējo komunikāciju;
- 5.3. komunikāciju ar medijiem;
- 5.4. komunikāciju sociālajos tīklos;
- 5.5. komunikāciju ar partneriem un citām institūcijām.

Politika attiecas uz rakstisku, mutisku, digitālu un vizuālu komunikāciju, kā arī uz neformālu komunikāciju, kas var ietekmēt iestādes reputāciju.

6. Komunikācijas kanālu izvēles kritēriji

Komunikācijas kanāli tiek izvēlēti mērķtiecīgi, izvērtējot, kur un kā visefektīvāk sasniegt konkrēto mērķgrupu un nodrošināt skaidru informācijas uztveri. Galvenie kritēriji, izvēloties piemērotāko kanālu:

- 6.1. mērķgrupas informācijas patēriņa paradumi;
- 6.2. komunikācijas mērķis (informēt, skaidrot, iesaistīt);
- 6.3. informācijas saturs un sarežģītība;
- 6.4. sasniedzamība un efektivitāte;
- 6.5. resursu pieejamība.

7. Komunikācijas kanāli

VZD komunikācijā izmanto dažādus ārējos un iekšējos kanālus, nodrošinot savlaicīgu, saprotamu un mērķauditorijai atbilstošu informācijas apriti. Galvenie komunikācijas kanāli:

- 7.1. VZD tīmekļvietne;
- 7.2. portāls Kadastrs.lv;
- 7.3. sociālie tīkli;
- 7.4. mediji;
- 7.5. pasākumi, semināri, diskusijas;
- 7.6. iekšējās komunikācijas rīki.

8. Pārvaldība

Komunikācijas procesu veido ārējā un iekšējā komunikācija:

8.1. Ārējā komunikācija - Izaugsmes un ilgtspējas departaments sadarbībā ar vadību un struktūrvienībām koordinē iestādes publisko komunikāciju, izmantojot medijus, tīmekļa vietni, ziņu lapas, sociālos tīklus un publiskos pasākumus. Struktūrvienības nodrošina profesionālu un savlaicīgu komunikāciju savās kompetences jomās, apkalpojot klientus un sadarbojoties ar partneriem.

Oficiālu publisko komunikāciju iestādes vārdā veic tikai pilnvarotas personas, kas noteiktas iekšējos normatīvajos aktos.

8.2. Vadība un struktūrvienību vadītāji ir atbildīgi par efektīvas iekšējās komunikācijas nodrošināšanu, skaidrojot mērķus un uzdevumus savās struktūrvienībās un veicinot sadarbību starp struktūrvienībām. Iekšējo komunikāciju īsteno, izmantojot dažādus komunikācijas kanālus – iekšējos normatīvos dokumentus, sanāksmes, darba grupas, elektronisko saziņu u.c.

9. Publiskās komunikācijas rezultātu novērtēšana

Publiskās komunikācijas efektivitāte tiek regulāri izvērtēta, lai pārlicinātos par tās atbilstību izvirzītajiem mērķiem un mērķauditoriju vajadzībām. Izvērtējumu veic vismaz reizi gadā, kā arī pēc nepieciešamības — nozīmīgu komunikācijas aktivitāšu vai krīzes situāciju gadījumā. Rezultātu novērtēšanas būtiskākie kritēriji:

- 9.1. sasniegtā auditorija;
- 9.2. informācijas pieejamība;
- 9.3. reputācijas un uzticēšanās rādītāji.

11. Korektīvās darbības

Pamatojoties uz komunikācijas efektivitātes izvērtējuma rezultātiem, tiek īstenotas korektīvās darbības, lai uzlabotu komunikācijas kvalitāti un sasniedzamību. Tās ietver komunikācijas pieejas un izmantoto kanālu pielāgošanu atbilstoši mērķu un mērķgrupu vajadzībām, mērķgrupu un galveno vēstījumu precizēšanu, kā arī iekšējo procesu pilnveidi, lai nodrošinātu savlaicīgu, saskaņotu un efektīvu informācijas apriti VZD.

12. Noslēguma jautājumi

Politika tiek pārskatīta ne retāk kā reizi trīs gados vai biežāk, ja mainās iestādes darbības vide, normatīvais regulējums vai komunikācijas vajadzības. Pārskatīšanas rezultātā tiks veiktas nepieciešamās izmaiņas, lai uzlabotu politikas efektivitāti un atbilstību komunikācijas mērķiem.

Politika ir publiski pieejama katram VZD nodarbinātajam iekšējā koplietošanas informācijas sistēmā, kā arī tīmekļa vietnē – www.vzd.gov.lv.