



Fiskālās disciplīnas
padome

Apstiprināta FDP
2021. gada 16. decembra sēdē

Fiskālās disciplīnas padomes komunikācijas stratēģija 2022.-2026. gadam

Saturs

1. Situācijas apraksts	3
2. FDP komunikācijas mērķi un principi	4
3. Auditorijas iedalījums	6
4. Komunikāciju galvenie pasākumi un kanāli	6

1. Situācijas apraksts

Lai gan strādājusi salīdzinoši īsu darbības laiku, Fiskālās disciplīnas padome (FDP) ir kļuvusi par atpazīstamu un respektētu Latvijas fiskālās institucionālās struktūras sastāvdaļu, kurai ir nozīmīga loma atbildīgas fiskālās disciplīnas nodrošināšanā Latvijā. 2021. gadā publicētais OECD ziņojums¹ norāda, ka "Ieinteresētās puses FDP atzīmē kā politiski neitrālu institūciju un augstu novērtē tās panākumus uzraugot Fiskālās disciplīnas likuma darbību Latvijā, it sevišķi ņemot vērā FDP sekretariāta mazo darbinieku skaitu".

Sekojošot OECD rekomendācijām, FDP izvirzījusi mērķi aktualizēt savu komunikācijas stratēģiju, veidojot to atbilstoši šī brīža izaicinājumiem – COVID-19 pandēmijas radītais spiediens uz valsts budžeta izdevumiem, valsts parāda pieaugums, kā arī politisko ietekmju spiediens uz fiskālās disciplīnas jautājumiem. Minētais OECD ziņojums piedāvā divas galvenās rekomendācijas, kas attiecas uz komunikācijas jomu. Pirmā ir iesaistīties intensīvākā komunikācijā ar Saeimu, it sevišķi Budžeta komisijas locekļiem, izmantojot gan formālos, gan neformālos kanālus. Otrā rekomendācija ir intensīvāk iesaistīties komunikācijā ar plašāku sabiedrību (Non-technical stakeholders), izmantojot viegli uztveramus, vienā lappusē koncentrētus kopsavilkumus, infografikas, pielietojot iestādes vienoto vizuālo stilu. 2021. gadā FDP sekretariāts ir atjaunojis vienotu vizuālo identitāti, kuru sācis pielietot, sagatavojot FDP ziņojumus un viedokļus. FDP sekretariāts, pēdējā gada laikā, atbilstoši vienotām valsts sektora WEB platformu prasībām, ir pārveidojis savu WEB mājas lapu.

Šobrīd FDP galvenie komunikācijas kanāli un instrumenti plašākai sabiedrībai (mediji, ekonomiski un sociāli aktīvie iedzīvotāji) ir:

- i) mājas lapa,
- ii) *twitter* kots,
- iii) preses relīzes, kuras izplata partneris komunikācijas jomā (*Baltic Communications Partners, (BCP)*),
- iv) preses konferences (COVID-19 laikā nav notikušas),
- v) FDP locekļu interviju organizēšana medijos (organizē BCP).

Komunikācija ar valsts iestādēm vai starptautiskām organizācijām parasti notiek:

- vi) oficiālu vēstuļu formā,
- vii) piedaloties sēdēs (Ministru kabinets vai Saeimas komisijas),
- viii) piedaloties sapulcēs (reitingu aģentūras, starptautiskās organizācijas u.t.t).

Galvenās FDP publikācijas šobrīd ir:

- i) uzraudzības ziņojumi,
- ii) neatbilstības ziņojumi (netiek sagatavoti SiP izņēmumu klauzulas darbības laikā),

¹ Pieejams: <https://www.oecd.org/gov/budgeting/review-of-latvia-fiscal-discipline-council.pdf>, skatīs 25/11/2021

- iii) operatīvās statistiskās un analītiskās publikācijas (Monitoringa ziņojumi, budžetu bilances, LNG izlietojums, ceturkšņa makro-ekonomiskie un fiskālie apskati, makroekonomikas cikla siltuma karte u.c.).

Lai arī FDP ir salīdzinoši labi atpazīstama Latvijas sabiedrībā, izstrādājot komunikācijas stratēģiju, ir jāņem vērā vairāki faktori.

Pirmkārt, sabiedrībā kopumā valda liela neuzticēšanās valsts institūcijām un politiķiem.

Otrkārt, masu mediji ziņās un rakstos izceļ konfliktus un problēmas, kas rada iespaidu, ka visi valstī un sabiedrībā notiekošie procesi ir pārsvarā negatīvi.

Treškārt, masu medijos bieži informācija tiek pasniegta fragmentāri, ignorējot plašāku kontekstu – dominē skaļi virsraksti, bet saturs nereti tiražē maldīgus priekšstatus un subjektīvu skatījumu.

Ceturtkārt, sabiedrībā ir salīdzinoši zema izpratne gan par valsts budžetu, gan par plašākiem fiskālajiem jautājumiem, lai gan publiskajā vidē ir pieejama plaša un daudzpusīga informācija par valsts finansēm. Viens no iemesliem – zemā sabiedrības interese par valsts politikas procesiem, fiskālās politikas jautājumu ietekmi uz katra Latvijas iedzīvotāja ikdienu, personīgo un sabiedrības kopējo labklājību. Cilvēki nepietiekami identificē valsts līdzekļu izlietojuma saistību ar savu personisko labklājību un valsts attīstības perspektīvu.

Piektkārt, medijos FDP tiek uztverta kā valdību uzraugošā institūcija, kuras ziņojumi gūst labāku redzamību nekā ierindas valsts institūciju izplatītās preses relīzes. Tas ir labs pamats komunikācijas aktivitāšu paplašināšanai, izmantojot arī jaunus kanālus un netradicionālus instrumentus.

2. FDP komunikācijas mērķi un principi

FDP darbības mērķus nosaka Fiskālās disciplīnas likums (FDL), ES Stabilitātes un izaugsmes pakta regulējums. Pašlaik ES līmenī notiek darbs pie jauna fiskālā regulējuma izstrādes, kas, visticamāk, prasīs ievērojamas izmaiņas arī nacionālā fiskālā regulējumā, vai pat jauna FDL izstrādi. Jaunais regulējums, visticamāk, izmainīs arī FDP funkcijas un paplašinās FDP pilnvaras. Neskatoties uz iespējamām FDP funkciju izmaiņām, tās virsuzdevums ir un būs veicināt tādas fiskālas politikas veidošanu Latvijā, kas nodrošina ekonomikas ciklā sabalansētu budžetu, kas sekmē ilgtspējīgu valsts attīstību, makro-ekonomisko stabilitāti un samazina ārējo faktoru negatīvu iedarbību uz tautsaimniecību.

ES līmenī fiskālo politiku mēdz novērtēt pēc trīs galvenajiem kritērijiem:

- fiskālās ilgtspējas,
- precikliskuma,
- investīciju kvalitātes.

Ar pirmo saprot fiskālo politiku, kas nodrošina, ka valsts spēj pildīt savas fiskālās saistības un valsts parāda apkalpošanas izmaksas nerada nesamērīgu, ekonomisko izaugsmi bremsējošu slogu. Precikliskuma princips nosaka, ka valstij ir jāveido uzkrājumi straujas ekonomiskās izaugsmes gados, lai izmantotu šos līdzekļus ekonomikas stimulēšanai

stagnācijas gados. Ar kvalitāti parasti saprot adekvātu, ekonomisko izaugsmi veicinošu investīciju apjomu valsts budžetā.

FDL piedāvā 8 principus, kurus būtu jāievēro veidojot valsts fiskālo politiku:

- taupības,
- uzkrājuma veidošanas princips,
- pretcikliskas fiskālās politikas,
- stabilitātes,
- ilgtspējības,
- paaudžu savstarpējās atbildības,
- atklātuma,
- solidaritātes.

FDP arī nākotnē būs jādarbojas savu iespēju un mandāta robežās, lai veicinātu tādas fiskālās politikas veidošanu Latvijā, kas atbilstu augstāk minētiem principiem. Attiecīgi, arī komunikācijas stratēģijas mērķiem ir jāveicina atbildīgas fiskālas politikas veidošanu, kas atbilstu minētajiem mērķiem.

Vidējā termiņā stratēģijā izvirzīti šādi komunikācijas mērķi:

1. Regulāri informēt sabiedrību par Latvijas fiskālās politikas attīstību un valdības rīcību FDL normu ievērošanā.
2. Veicināt sabiedrības izpratni, interesi un izglītot par fiskālās politikas ietekmi uz personas un sabiedrības grupu labklājību, īpašu uzmanību pievēršot valsts fiskālai ilgtspējai un atbildīgas fiskālās politikas priekšrocībām.
3. Veicināt FDP atpazīstamību un pozitīvu reputāciju, tādejādi nostiprinot tās lomu Latvijas fiskālajā institucionālajā arhitektūrā.

Komunikācijas mērķiem ir jābūt kvantificējamiem, lai novērtētu iestādes komunikācijas pasākumu efektivitāti.

Lai noteiktu, cik lielā mērā tiek izpildīts pirmais mērķis, tiek izmantota kvantitatīvā mediju satura analīze, identificējot publikāciju skaitu medijos, FDP ziņojumu esamību, to interpretāciju (pozitīvi, negatīvi, neitrāli), kā arī analizējot vēstījuma izveides struktūru (vai publikācijā iekļauts tikai FDP viedoklis, citi viedokļi, kādi ir pretargumenti utt.).

Sabiedrības izpratne un izglītības līmenis par fiskālo disciplīnu ir nosakāmi, veicot sabiedrības aptaujas un/vai regulāri analizējot sociālo tīklu komunikācijas saturu (tādejādi aptverot daudz šaurāku auditorijas daļu).

FDP atpazīstamību un tēla novērtēšanu var veikt ar socioloģiskajām aptaujām, kas arī tiks darīts. Tomēr FDP atpazīstamība un reputācijas uzlabošana nav gala mērķis, bet līdzeklis, lai FDP izplatītajai informācijai būtu lielāka ietekme publiskajā diskursā.

Lai komunikācija būtu efektīva, ir nepieciešams ievērot noteiktus principus. Stratēģija piedāvā sekojošus komunikāciju principus:

1. Augstas ekspertīzes (FDP komunicē tikai par jomu, kurā tai ir kvalifikācija un zināšanas).

2. Simetriskas-nosvērtības (vēstījumos pozitīvais un negatīvais tiek balansēts, uzsvaram nav jābūt tikai uz negatīvo).
3. Konstruktīva dialoga (komunikācijai ir jāasniedz noteikti mērķi, tomēr jācenšas izvairīties no konfliktējošām situācijām).
4. Proaktīvas rīcības (FDP pati uzņemas komunikāciju iniciatīvu, nevis tikai reaģē uz notikumiem/piedāvājumiem).
5. Ilgtermiņa (pievērst uzmanību jautājumiem, kas vienmēr ir aktuāli).

3. Mērķa auditorijas iedalījums

FDP mērķa auditoriju var iedalīt trīs dažādās grupās:

1. Profesionālā (Finanšu Ministrija, Valsts Kase, Ministru Kabinets, Valsts Kontrole, Saeima, it sevišķi Budžeta un nodokļu komisija, Latvijas Banka un citas valsts institūcijas) – visi, kas tieši vai netieši ietekmē valsts fiskālo politiku.
2. Plašāka sabiedrība (ekonomiski un sociāli aktīvie iedzīvotāji, mediji).
3. Starptautiskās organizācijas (ES institūcijas, Starptautiskais valūtas fonds, reitingu aģentūras u.c.).

Katrai no mērķa auditorijām ir nepieciešami savi pielāgoti vēstījumi un to izplatīšanas kanāli.

Profesionālā auditorija ir prioritāra, jo to pārstāv fiskālās politikas veidotāji un lēmumu pieņēmēji.

Plašāka sabiedrība - arī iedzīvotāji piedalās fiskālās politikas veidošanā, izmantojot savas vēlēšanas tiesības. Tāpēc iedzīvotāju fiskālās politikas izpratne ir svarīga un FDP, iespēju robežās ir gan jāizglīto sabiedrība, gan jāsniedz tai profesionāls valsts fiskālās politikas novērtējums viegli saprotamā valodā. Masu mediji veido FDP tēlu, kas rada (vai var vājināt) sabiedrības uzticēšanos iestādei, tāpēc būtiski veidot labas attiecības ar žurnālistiem un panākt viņu izpratni par fiskālajiem jautājumiem, kas savukārt ļauj viņiem sagatavot kompetentus materiālus.

Starptautiskās organizācijas – ES institūcijas, Starptautiskās reitingu aģentūras, Starptautiskais valūtas fonds u.c. ir nozīmīgi globālās finanšu vides dalībnieki. FDP sava mandāta ietvaros sadarbojas ar dažāda līmeņa starptautiskām organizācijām, it sevišķi ES līmenī, izsakot neatkarīgu viedokli par Latvijas fiskālās politikas tendencēm.

4. Komunikācijas aktivitātes un kanāli

Saskaņā ar OECD ieteikumiem, FDP īpašu uzmanību pievērsīs plašākai auditorijai - FDP ziņojumi tiks tiem speciāli pielāgoti. Komunikācija ar profesionālo auditoriju, it īpaši ar Saeimu, tiks pastiprināta.

Ziņojumu forma un to izplatīšanas kanāli varētu tikt papildināti ar jaunām komunikāciju formām, piemēram: i) mediju brokastis (Slovākijas FDP pieredze), ii) dokumentālu raidījumu un filmu veidošana, iii) FDP locekļu video-vēstījumi vi) Facebook konta aktivizēšana.

Zemāk tabulā ir apkopotas galvenās FDP aktivitātes ar attiecīgajām mērķauditorijām, mērķiem un komunikāciju kanāliem.

Kanāli – mājas lapa, masu mediji, *twitter*, *Facebook*, sarunu šovi, vieslekcijas, pasākumi.

Tiešā komunikācija – oficiālas vēstules, tikšanās.

Komunikācijas metodes - žurnālistu brokastis, preses konferences, dokumentāli raidījumi un filmu veidošana, FDP locekļu vēstījumi/video blogi, ieraksti sociālajos tīklos, preses relīzes, intervijas, dalība diskusijās masu medijos un konferencēs, vieslekcijas augstskolu ekonomikas un politikas programmu studentiem un vispārizglītojošo skolu vecāko klašu audzēkņiem, interaktīva rīka – valsts budžeta un parāda saistības mērītāja izstrāde, ikmēneša "TOP fiskālais notikums" video ieviešana.

Pasākums	Auditorija	Mērķis	Kanāli
FM makroekonomisko prognožu apstiprināšana (Februāris un Jūnijs)	PR	1	Oficiāla vēstule
	S	2	Preses relīze, WEB, TW.
Uzraudzības ziņojumi (starpziņojums) (Aprīlis, Oktobris)	PR	1	Oficiāla vēstule ar ziņojumu, dalība MK un/vai Saeimas komisijas sēdēs
	S	2	Preses relīze, WEB, preses konference. TW
	ST	3	WEB (ENG)
Fiskālo risku darba grupas sēdes (augustā)	PR (FM)	1	Oficiāla vēstule
	S	2	WEB, TW
Budžeta bilanču statistika (ikmēneša)	S	2, 3	WEB, TW
Nodokļu ieņēmumu statistika (ikmēneša)	S	2, 3	WEB, TW
Ceturkšņa makroekonomiskie apskati	S	2, 3	WEB, TW
Ceturkšņa Fiskālie apskati	S	2, 3	WEB, TW
Līdzekļi neparedzētiem gadījumiem statistika (ceturkšņa)	S	2, 3	WEB, TW

Monitoringa ziņojumi (pēc nepieciešamības)	PR, S, ST	1,2,3	Oficiālas vēstules, WEB, TW, preses relīzes
<i>Heatmaps</i>	S	2	Twitter, WEB
Pētījumi par fiskālo tēmu (pēc nepieciešamības)	PR, S, ST	1,2,3	Oficiālas vēstules, WEB, TW, preses relīzes
Tikšanās ar reitingu aģentūrām	ST	3	TW
Piedalīšanās IFI network organizētos pētījumos un pasākumos	ST	3	TW, WEB
Ikmēneša video ar I.Šteinbukas/Padomes locekļu viedokli "TOP fiskālais notikums"		2,3	TW, FB, mediji
Interaktīva rīka izveide, kas atspoguļo valsts parāda ietekmi uz valsts budžeta pozīcijām. (Piemēram, valsts parāda uz vienu iedzīvotāju dinamika?)		2,3	WEB, twitter, FB?
Dalība diskusijās un konferencēs		2,3	
FDP FB konta aktivizēšana		2,3	Facebook?