

5.3.3. Publiskās komunikācijas politika

Latvijas Nacionālā mākslas muzeja publiskās komunikācijas politika definē muzeja komunikācijas principus, mērķus un rīcības stratēģijas. Tā kalpo kā vadlīnijas muzeja iekšējai un ārējai publiskajai komunikācijai, lai nodrošinātu regulāru, kvalitatīvu un stratēģisku informācijas apmaiņu starp LNMM un dažādām auditorijām, garantējot muzeja sniegtās informācijas savlaicīgu un pilnīgu pieejamību. Publiskās komunikācijas mērķis politikas ir atbalstīt muzeja misiju (veicināt sabiedrības izglītošanos un interesi par mākslu) vienlaikus stiprinot LNMM reputāciju un lomu kā nacionālas un starptautiskas nozīmes kultūras institūcijai.

Muzeja komunikācijas stratēģija tiek regulāri izvērtēta un pielāgota, ņemot vērā jaunākās tendences, sasniegtos rezultātus un muzeja aktuālās stratēģiskās prioritātes, lai nodrošinātu efektīvu un mērķtiecīgu saziņu ar esošajām un potenciālajām auditorijām.

Muzeja publiskās komunikācijas stratēģiskie mērķi

Stiprināt LNMM kā uzticamu un atpazīstamu kultūras institūciju: Muzejs veido skaidru un mūsdienīgu zīmolu, kas atspoguļo tā vērtības, kvalitāti un nozīmi Latvijas un starptautiskajā kultūras vidē. LNMM reputācija balstās profesionālismā un līderībā mākslas un muzeju nozarē.

Veicināt pieejamību, sabiedrības iesaisti un auditorijas attīstību: LNMM nodrošina iekļaujošu kultūras pieredzi, kas pieejama plašam sabiedrības lokam – no skolēniem līdz senioriem, no vietējiem apmeklētājiem līdz tūristiem. Muzejs tiecas paplašināt auditoriju un ilgtermiņā saglabāt stabilu apmeklētāju interesi, vienlaikus veidojot lojālu atbalstītāju kopienu un uzturot divvirzienu dialogu ar sabiedrību.

Attīstīt inovācijas un efektīvu informācijas apmaiņu: Muzejs izmanto jaunākās tehnoloģijas, digitālos rīkus un radošas pieejas, lai nodrošinātu mūsdienīgu informācijas apriti, uzlabotu lietotāju pieredzi un radītu interaktīvas iesaistes iespējas. Inovatīvas iniciatīvas veicina arī muzeju nozares attīstību plašākā mērogā.

Veidot zinošu, profesionālu un attīstībā orientētu komandu: LNMM darbinieki sadarbojas caurspīdīgi un saskaņoti, izmantojot jaunākās darba metodes un tehnoloģijas. Komanda nodrošina konsekventu komunikācijas kvalitāti un aktīvi attīsta savas profesionālās prasmes, lai sekmētu muzeja stratēģisko mērķu īstenošanu.

Muzeja publiskās komunikācijas pamatprincipi

Stratēģiska pieeja un plānošana: LNMM veido komunikāciju ar skaidru ilgtermiņa redzējumu, balstoties uz muzeja mērķiem un prioritātēm. LNMM nodrošina konsekveni un virzību uz rezultātiem, pielāgojot komunikācijas stratēģijas un plānus dažādām auditorijām un sabiedrības vajadzībām.

Kvalitāte un profesionalitāte: LNMM nodrošina augstas kvalitātes saturu un precīzu informāciju, balstoties uz muzeja ekspertīzi un augstiem profesionālajiem standartiem.

Caurspīdīgums un atbildība: LNMM nodrošina atklātu un precīzu informāciju par muzeja darbību, lēmumiem un iniciatīvām, sniedzot informāciju tieši no pirmavota un veicinot sabiedrības uzticību.

Inovācija un daudzveidība: LNMM izmanto jaunākās tehnoloģijas, komunikācijas rīkus un dažādus satura formātus, lai sasniegtu plašāku auditoriju un uzlabotu informācijas pieejamību.

Zīmola stiprināšana: LNMM veicina muzeja kā viedokļa līdera, vadošās valsts mākslas institūcijas un inovāciju virzītāja tēlu, komunicējot muzeja unikālo krājumu, pētniecības darba rezultātus, izstāžu un ekspozīciju piedāvājumu, izglītības programmas un citas sadarbības un iniciatīvas.

Iekļaušana un pieklūstamība: LNMM komunicē ar dažādām sabiedrības grupām, nodrošinot informāciju vairākās valodās un pielāgotu saturu dažādām vajadzībām.

Sadarbība un atvērtība: LNMM veicina dialogu ar kopienām, partneriem un citām kultūras institūcijām, stiprinot sadarbību un kopīgu vērtību radīšanu. LNMM veido atvērtu saziņu ar auditoriju, aktīvi uzklauso sabiedrības viedokli un iesaistot to muzeja procesos.

Muzeja publiskās komunikācijas mērķauditorijas

Auditoriju grupa	Apakšgrupas / piemēri	Piezīmes
1. Lēmumu pieņēmēji un institucionālie partneri	- Valsts un pašvaldību institūcijas - Finansētāji un sponsori - Muzeji un citas kultūras un atmiņas institūcijas, profesionālās organizācijas un tīkli Latvijā un starptautiskajā vidē - Kultūras un mākslas izglītības iestādes - Mediji (žurnālisti, redaktori, producenti, sociālo mediju influenceri, blogeri) - Tūrisma nozares partneri (tūrisma operatori un aģentūras, Rīgas un Latvijas atbildīgās institūcijas tūrisma jomā)	Muzeja reputācijas, resursu nodrošināšanas un stratēģisku partnerattiecību veidošanai.
2. Mākslinieki un kultūras profesionāļi	Mākslinieki, dizaineri, kuratori, pētnieki, muzeju vadītāji un speciālisti, galeriju īpašnieki un vadītāji, privātkolekcionāri, producenti u.c.	Sadarbībai un saziņai par radošajiem procesiem, izstādēm un projektiem.
3. Muzeja apmeklētāji	- Skolēni un skolotāji - Pirmsskolas audzēkņi un pedagogi - Ģimenes ar bērniem - Pieaugušie - Seniori - Studenti un jaunieši - Tūristi	Galvenā klātienē auditorija, kuras skaits un apmierinātība ietekmē muzeja sabiedrisko nozīmi.
4. Pakalpojumu lietotāji / komerciālie klienti	- Muzeja telpu īslaicīgie nomnieki - Muzeja veikals un tā klienti - Muzeja kafejnīca un tā klienti - Pasākumu organizatori un citu muzeja pakalpojumu lietotāji	Auditorija, kas izmanto muzeja pakalpojumus un piedāvājumus, radot papildu ieņēmumu un komunikācijas iespējas.
5. Digitālā auditorija / lietotāji	- Sociālo mediju sekotāji (<i>Facebook, Instagram, Threads, X, YouTube, Blusky, Soundcloud, Google Art</i> u.c.) - Mājaslapas lietotāji (<i>www.lnmm.gov.lv, makslaskolekcija.lv, skulpturumezs.lv, dizainaprocess.lv</i> u.c.) - E-pasta jaunumu saņēmēji - Digitālo izglītības materiālu un tiešsaistes programmu lietotāji - Pieklūstamības risinājumu lietotāji	Auditorija, kas izmanto digitālos resursus un tiešsaistes komunikāciju, nodrošinot plašu muzeja klātbūtni ārpus fiziskajām telpām.
6. Iekšējā auditorija	- LNMM darbinieki - Procesu nodrošinātāji un pakalpojumu sniedzēji (LNMM Zinātniskās padomes locekļi, Muzeja veikals, Muzeja	Svarīga caurspīdīgai un efektīvai iekšējai

Auditoriju grupa	Apakšgrupas / piemēri	Piezīmes
	restorāns, muzeja ēku īpašnieki, Kultūras informācijas sistēmu centrs u.c.)	komunikācijai, koordinācijai un stratēģijas īstenošanai.

Muzeja publiskās komunikācijas kanāli un rīki

Katrs komunikācijas kanāls un rīks tiek ieviests un izmantots, ņemot vērā auditorijas vajadzības, muzeja stratēģiskos mērķus un komunikācijas satura specifiku. To pārdomāta un koordinēta izmantošana veicina muzeja atpazīstamību, sabiedrības iesaisti un uzticību, kā arī nodrošina informācijas pieejamību. Pirms jaunu komunikācijas kanālu un rīku ieviešanas tiek rūpīgi izvērtēti pieejamie finanšu, laika un darbinieku resursi, potenciālie ieguvumi un atdeve, kā arī ārējo platformu uzticamība, datu drošības prakse un uzņēmuma reputācija. Efektīvākai un kvalitatīvākai komunikācijas darba organizācijai ir izstrādāta un ieviesta LNMM, ARS un MMRB zīmola grāmata, DMDM, SBM un SM vizuālā identitāte, LNMM kiberdrošības vadlīnijas, LNMM izstāžu un projektu komunikācijas plāna sagatave.

Komunikācijas veids	Kanāli / rīki	Piezīmes
Ārējā komunikācija – digitālie kanāli	- Muzeja mājaslapa (www.lnmm.gov.lv) - Tiešsaistes vietnes (www.makslaskolekcija.lv, www.skulpturumezs.lv, www.dizainaproces.lv) - Sociālie mediji (Facebook, Instagram, Threads, X, YouTube, Blusky, Soundcloud, Google Art u.c.) - E-pasta mārketinga	Centrālā informācijas platforma, rīki kolekciju interpretācijai un divvirzienu komunikācijai, personalizētas saziņas iespējas.
Ārējā komunikācija – mediji un sabiedriskās attiecības	- Preses relīzes - Mediju pasākumi (intervijas, preses konferences, mediju pastaigas) - Mediju sadarbības un inicēta publicitāte (intervijas, kopīgi projekti ar kultūras un ziņu portāliem)	Regulāra un pārdomāta informācijas izplatīšana, veido ciešākas attiecības ar medijiem, atpazīstamības un kvalitatīva satura nodrošināšana.
Ārējā komunikācija – drukātie un audiovizuālie materiāli	- Izstāžu ceļveži, brošūras - Plakāti, afišas, digitālie ekrāni, norādes - Multimediju saturs (foto, video, audio)	Izglītojošs, informatīvs un vizuāli pievilcīgs saturs, veicina auditorijas iesaisti un muzeja klātbūtni pilsētvidē.
Ārējā komunikācija – pasākumi	- Atklāšanas, balvu pasniegšanas ceremonijas, delegāciju vizītes - Lielizmēra akcijas un kultūras notikumi	Nodrošina tiešu saikni ar māksliniekiem un kuratoriem, stiprina muzeja kā kultūras institūcijas tēlu, piesaista plašu auditoriju.
Iekšējā komunikācija	- E-pastu saziņa, informatīvie ziņojumi, sapulces - Microsoft Teams un citas platformas - Apmācības, semināri, pieredzes apmaiņa	Nodrošina regulāru informācijas apmaiņu, efektīvu sadarbību un profesionālās kompetences attīstību, veicina stratēģijas īstenošanu, stiprina darbinieku iesaisti.

Ziņojumu veidošana un tonalitāte

Muzeja vēstījumi ir skaidri, informatīvi un iedvesmojoši, atspoguļojot muzeja misiju un vērtības. Tonalitāte ir profesionāla un pieejama. Ziņojumi tiek pielāgoti auditorijas vajadzībām un komunikācijas kanāliem. Digitālajos kanālos tiek izmantota pieejama un interaktīva valoda, savukārt drukātajos materiālos – detalizēta un izglītojoša informācija. Sociālajos medijos vēstījumi tiek radīti tā, lai tie būtu vizuāli pievilcīgi un viegli uztverami, savukārt formālajos komunikācijas kanālos, piemēram, preses relīzēs, tiek saglabāta profesionāla tonalitāte. Vēstījumi tiek veidoti ar dziļu izpratni par mākslas un kultūras vērtībām, vienlaikus atbalstot un popularizējot jaunas mākslas formas un inovācijas. Muzejs ir platforma, kas piedāvā ekspertu viedokļus, veicina diskusijas un piedalās starptautiskās kultūras iniciatīvās, tādējādi stiprinot savu lomu kā viedokļa līderis un kultūras nozares eksperts. Visi LNMM muzeju vizuālie materiāli tiek veidoti ievērojot LNMM zīmola grāmatu un vienotu vizuālo valodu.

Atbildības un lomas

Latvijas Nacionālā mākslas muzeja ārējās un iekšējās komunikācijas īstenošana ir visas organizācijas kopīga atbildība, kas sadalās starp dažādām struktūrvienībām un darbiniekiem. Komunikācijas daļa atbild par LNMM komunikācijas politikas un stratēģijas izstrādi un ieviešanu, zīmola vadību, mediju attiecībām, sociālo mediju un digitālo platformu pārvaldību, vizuālās komunikācijas veidošanu un sabiedrisko attiecību aktivitātēm. Latvijas vizuālās mākslas departamenta, Ārzemju mākslas departamenta, Dekoratīvās mākslas un dizaina departamenta vadītāji un kuratori nodrošina kvalitatīvu informāciju par izstādēm, kolekcijām un pētniecības projektiem, sniedz ekspertu komentārus un iesaistās komunikācijas iniciatīvās. Izglītības un pieejamības daļa sadarbojas komunikācijas stratēģiju īstenošanā, nodrošinot saturu par muzeja izglītības un pasākumu programmu. Visi darbinieki ievēro LNMM komunikācijas pamatprincipus, zīmola vadlīnijas un aktīvi iesaistās muzeja vērtību un misijas popularizēšanā. Šo jomu muzeja administrācijā pārrauga direktora vietnieks administratīvajā darbā.

Krīzes komunikācija

LNMM kā Latvijas Republikas kultūras ministra pakļautībā esoša tiešās valsts pārvaldes iestāde darbojas saskaņā ar “Kultūras ministrijas atbildības jomu krīžu komunikācijas rīcības plānu”, kura mērķis ir nodrošināt veiksmīgu un pēctecīgu politikas īstenošanu KM atbildības jomās, mazināt potenciālo krīžu draudus un krīzes situācijā nodrošināt precīzu krīzes vadības algoritmu un krīžu komunikācijas īstenošanu un koordināciju. LNMM tas paredz sekojošu rīcības algoritmu Komunikācijas daļas darbiniekiem un muzeja administrācijai, lai pēc iespējas ātri, operatīvi un mērķtiecīgi reaģētu uz krīzi, vadītu un atrisinātu to, veidojot koordinētu komunikāciju krīzes situācijā:

- Tiek veikts regulārs mediju un sociālo mediju monitorings;
- Ir zināšanas un prasmes, lai identificētu risku vai krīzi, noteiktu darbības līmeni un apmēru;
- Tiek informēts LNMM direktors, procesā iesaistītās personas un institūcijas;
- Pēc nepieciešamības tiek veidota darba grupa krīzes novēršanai;

- Tiek veikta konkrēta rīcība (veidots vienots un skaidrs komunikācijas vēstījums, pārrunāts darbības algoritms, lemts par preses brīfinga nepieciešamību);
- Tiek veikts novērtējums.

Datu drošība

LNMM ir izstrādāta privātuma un sīkdatņu politika, kā arī kiberdrošības vadlīnijas LNMM darbiniekiem un kiberdrošības vadlīnijas komunikācijas daļas speciālistiem.

Datu analīze

Lai nodrošinātu LNMM komunikācijas politikas efektivitāti un atbilstību mainīgajām sabiedrības un tehnoloģiskajām prasībām, regulāri tiek apkopoti un izvērtēti gan kvantitatīvi, gan kvalitatīvi dati, tostarp:

- Muzeja apmeklējums;
- Mediju monitorings;
- Sociālo mediju un digitālo platformu analītika;
- Apmeklētāju atsauksmes un ieteikumi;
- Darbinieku iesaiste un atgriezeniskā saite.

Stratēģiskās prioritātes publiskās komunikācijas darbā 2026-2030

- Mākslas muzeja ARSENĀLS atvēršanas komunikācijas programma – izstrādāt un īstenot stratēģiju ARSENĀLA atvēršanai 2028. gadā, veidojot starptautisku kampaņu, sadarbību ar medijiem un īpašus publiskus pasākumus.
- Digitālās pieejamības un lietotāju pieredzes uzlabošana – attīstīt muzeja digitālos risinājumus, ieviest ES piekļūstamības standartus un jaunas apmeklētāju piesaistes programmas, uzlabojot lietotāju pieredzi un radot papildu ieņēmumus.
- Kopienas un atbalstītāju programmu stiprināšana – veidot ciešākas saiknes ar auditoriju un atbalstītājiem, attīstot ziedošanas iespējas, motivācijas mehānismus un apmeklētāju iesaistes risinājumus.
- Starptautiskās atpazīstamības stiprināšana un tūrisma veicināšana – paplašināt sadarbību ar ārvalstu medijiem, profesionālajām organizācijām un tūrisma kanāliem, lai stiprinātu muzeja reputāciju un piesaistītu starptautisko auditoriju.