



LATVIJAS TELEVĪZIJA

KORPORATĪVĀS SOCIĀLĀS ATBILDĪBAS POLITIKA

2016

Saturs

Vispārējie principi.....	2
Misija, vīzija un vērtības.....	2
Korporatīvā sociālā atbildība	3
KSA mērķis	3
KSA aktivitāšu virzieni un prioritātes	3
Prioritārie sabiedrības atbalsta virzieni	3
KSA aktivitāšu izvēles kritēriji	3
Ietekmes grupas.....	4
Pamatprincipi darbā ar klientiem un piegādātājiem.....	4
Pamatprincipi personāla attīstības un darba drošības jomā.....	5
Pamatprincipi vides jomā	5
Pamatprincipi produktu kvalitātes jomā.....	5

KORPORATĪVĀS SOCIĀLĀS ATBILDĪBAS politika LATVIJAS TELEVĪZIJĀ

Vispārējie principi

Dokumenta mērķis ir definēt Valsts SIA “Latvijas Televīzija” (turpmāk – LTV) Korporatīvās sociālās atbildības (turpmāk - KSA) pamatprincipus ar nolūku sekmēt Televīzijas ilgtspējīgu attīstību.

Izstrādājot Televīzijas Korporatīvās sociālās atbildības politiku, vērā tika ņemti ANO Globālā līguma kustības 10 pamatprincipi, kas rosina organizācijas ievērot cilvēktiesības un darba apstākļus, saudzēt vidi un vērsties pret korupciju.

Pamatojoties uz šo dokumentu, Televīzija ik gadu plāno Korporatīvās sociālās atbildības (KSA) aktivitātes turpmākajam gadam, kā arī atskaitās par iepriekšējā periodā paveikto.

Misija, vīzija, vērtības un mērķi

1. Misija: Kalpot Latvijas sabiedrības interesēm

LTV veicina Latvijas sabiedrības un valsts attīstību kopumā (demokrātiju, ekonomiku, izglītību, kultūru, tehnoloģijas)

2. Vīzija: Latvijas Televīzija ir atbildīgs, neatkarīgs un izcils uzņēmums, kurš iedvesmo, informē, izglīto un izklaidē sabiedrību

LTV kā organizācija nodrošina visaugstāko medija satura kvalitāti, ir politiski neatkarīga. LTV spēj piesaistīt labākos nozares žurnālistus un multimediju speciālistus (vadība, radošie un tehniskie).

3. Vērtības:

Neatkarība – rīkojamies atklāti, ieklausamies citu viedoklī, esam ar stingru mugurkaulu;

Atbildība – godīgi, kalpojam sabiedrībai, ir svarīga ilgtermiņa sadarbība ar sabiedrību;

Izcilība – esam radoši, veidojam kvalitatīvu produktu, esam vērsti uz izaugsmi.

4. Mērķi:

- Nacionālās identitātes, valodas, kultūras un sociālās atmiņas stiprināšana.
- Demokrātiskas un saliedētas sabiedrības veidošana.
- Piederība Eiropas un starptautiskai kopienai.
- Izglītības un zināšanu izplatīšana.
- Radošuma un uzņēmības veicināšana.
- Bērnu un jauniešu iesaiste.

Korporatīvā sociālā atbildība

KSA mērķis

Proaktīva rīcība sabiedrībai būtisku tēmu integrēšanā raidījumu saturā un ārpus darba aktivitātēs.

KSA aktivitāšu virzieni un prioritātes

- Latvijas Televīzija ir satversmes stūrakmens un sargsuns.
- Aicinām sabiedrību uz labiem darbiem un izcilību, atbalstām cilvēku talantus un dotumus.
- Aizstāvam maz aizsargātos cilvēkus.
- Runājam par sabiedriski nozīmīgām problēmām.
- Atklājam sabiedrībā aktuālos punktus un radām labvēlīgu vidi risinājumam.
- Iestājamies par drošu un atvērtu vidi Latvijā.
- Iedvesmojam bērnus un jauniešus ieaukt Latvijas kultūrā.
- Darbinieku iesaiste, darba vides pilnveidošana.
- Identificēt sabiedrībā svarīgus jautājumus un piesaistīt sabiedrības uzmanību, piedāvājot tiem risinājumu.
- Tiek atbalstīta jauno žurnālistu prakse LTV. LTV ir atvērta studentiem, kas apgūst ar televīziju saistītas specialitātes.

Prioritārie sabiedrības atbalsta virzieni

- Pilsoniskās sabiedrības un līdzatbildības veicināšana.
- Sabiedrības labklājības veicināšana.
- Izglītība.
- Kultūra.
- Cilvēktiesības.
- Radošums un uzņēmējdarbība.
- Atbalsts dažādām sabiedrības grupām: bērniem, jauniešiem, nedzirdīgajiem.
- Vide.

KSA aktivitāšu izvēles kritēriji

- Atbilst LTV vērtībām.
- Atbilst un sekmē LTV stratēģisko un KSA mērķu sasniegšanu.
- Atbilst Sabiedriskā pasūtījuma (satura) prioritātēm.
- Sabiedriskais labums/ ieguldījums sabiedrībā/ sabiedrības un darbinieku iesaiste.
- LTV zīmola vērtība un tēls.

LTV ir izveidota *Sponsorēšanas padome (Padome)*, kas, saskaņā ar augstāk minētajiem kritērijiem, kā arī satura prioritātēm, pieņem lēmumus par atbalstāmajām KSA aktivitātēm. Sponsorēšanas padomes sastāvā ietilpst Valde, Komunikācijas vadītājs, Mārketinga direktors, Programmu direktors un Pārdošanas direktors. Padomes darbu organizē Sekretariāta vadītājs.

Ietekmes grupas

LTV ir apzinājusi un formulējusi savas *Ietekmes grupas*. Ar *Ietekmes grupām* LTV saprot personu vai personu grupas, organizācijas, kas ietekmē Televīzijas lēmumus un rīcību, vai arī var tikt ietekmētas LTV lēmumu un rīcību rezultātā.

Latvijas Televīzijai ir būtiski izzināt ietekmes pušu viedokli gan lēmumu pieņemšanā, gan veidojot saturu, gan uzlabojot tā kvalitāti.

Latvijas Televīzijas ietekmes grupas:

- **Darbinieki**
- **Klienti** (skatītāji, reklāmdevēji)
- **Piegādātāji** (neatkarīgie producenti, partneri)
- **Eksperti/ viedokļu līderi**
- **NVO**
- **Sabiedrība**
- **Valsts institūcijas** (Saeima, MK u.c.)
- **Politīki:**
- **Akcionāri jeb NEPLP**
- **Mediju pārstāvji/konkurenti**
- **Arodbiedrības**

Pamatprincipi darbā ar klientiem un piegādātājiem

LTV savā darbībā ir uzticīga sekojošiem principiem: neatkarība, godīgums, uzticamība, atbildība, drosme, inovācijas un daudzveidība.

Darbā ar klientiem un piegādātājiem, LTV rīkojas saskaņā ar tās vērtībām un augstāk minētajiem principiem. Tāpat, LTV rīkojas saskaņā ar pašu vērtībām, Ētikas un uzvedības kodeksu, kā arī spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem.

Darbā ar klientiem un piegādātājiem LTV ievēro sekojošus pamatprincipus:

- LTV ir definējusi savus klientus – skatītāji (visplašākā grupa), reklāmdevēji un nomnieki. Darbs ar katru no klientu grupām notiek atšķirīgi, tomēr visos gadījumos Televīzijas rīcību nosaka augstāk minētie pamatprincipi.
- LTV ir atbildīgi reklāmas jomā – netiek akceptēta neētiska, nekorekta vai maldinoša reklāma.
- LTV strādā tā, lai savā darbībā neveidotos interešu konflikti. Savukārt, ja tie veidojas, nekavējoties tiek veiktas darbības to novēršanai. Tas attiecas gan uz žurnālistiem, veidojot raidījumus, gan uz administratīvo personālu, piemēram, plānojot mārketinga aktivitātes un organizējot iepirkumus.
- LTV savā darbībā ievēro privātuma aizsardzības principus, darbojoties normatīvo aktu noteiktajās robežās.
- LTV savā darbībā apzinās un ciena etnisko, reliģisko un kultūru daudzveidību. Atturas no indivīda tautības, rases, politiskās pārliecības, reliģisko uzskatu vai seksuālās orientācijas pieminēšanas.
- Atbalsta un pārstāv cilvēku grupas, kuras citi mediji maz ievēro – bērni, pusaudži, nedzirdīgie u.tml. Finanšu iespēju robežās nodrošina satura pieejamību cilvēkiem ar dzirdes vai redzes traucējumiem.

- LTV ciena un apsveic godīgu konkurenci mediju tirgū un izvairās no publiskas konkurentu rīcības apspriešanas, izņemot gadījumus, kad puses ir atklātā konfliktā un ir nepieciešams pozīcijas skaidrojums.
- LTV iekšējā un ārējā komunikācija ir godīga, tieša un pretimnākoša, balstīta uz vērtībām.
- LTV mārketinga un komunikācijas aktivitātes veidotas saskaņā ar LTV vērtībām.
- Īrnieku piesaistes politika – tiek meklēti uzņēmumi, kuru nodarbošanās saistīta ar televīziju, reklāmu vai citu radošo sfēru. Nevis pēc principa, kurš vairāk maksā, bet pēc “radniecības” ar televīzijas ražošanu un procesiem.

Pamatprincipi personāla attīstības un darba drošības jomā

- Izzināt darbinieku viedokli un iesaistīt darbiniekus LTV attīstībā.
- Analizēt darbu, novērtēt darbinieku sasniegumus, dot iespēju attīstīties un pilnveidoties.
- Veidot radošumu sekmējošu, drošu un ērtu darba vidi.
- Nodrošināt labus darba apstākļus.
- Veidot atvērtu biroju.
- Sekmēt darbinieku izglītošanu par drošu un veselīgu uzvedību.
- Apsveikt darbiniekus svētkos un sumināt darba jubilejās.
- Rūpēties par informācijas apriti un darbinieku savstarpējo saskarsmi.
- Uzturēt kontaktus ar bijušajiem darbiniekiem.
- Īpaši izcelt, kāpēc Televīzija ir darbiniekiem labs uzņēmums.
- Uzturēt Ģimenei draudzīga uzņēmuma statusu.

Pamatprincipi vides jomā

- Apzināt un analizēt Televīzijas darbības un produktu ietekmi uz vidi. Identificēt tos vides aspektus, kurus varam kontrolēt un ietekmēt, pilnveidojot darbību un produktus.
- Dabas resursu efektīva patēriņa uzraudzība un regulāra novērtēšana (elektroenerģija, siltumenerģija, ūdens, papīrs, degviela u.c.).
- Veicināt materiālu otrreizēju pārstrādi; veikt nolietotās tehnikas u.c. atkritumu utilizāciju.
- Sekmēt darbinieku izglītošanu par drošu un veselīgu uzvedību.
- Sekmēt tādas darba vides un apstākļu izveidošanu, kas atbalsta videi draudzīgas aktivitātes un darba principus.
- Sadarbībā ar sabiedrības viedokļu līderiem veidot dažāda formāta raidījumus, kas veicina veselīgu dzīves veidu, rosina saglabāt vidi un kultūras mantojumu, veicina izglītību.
- Veicināt pozitīvu attieksmi pret dzīvi, līdzilvēkiem un šo zemi.

Pamatprincipi produktu kvalitātes jomā

- LTV sniedz sabiedrībai patiesu un pārbaudītu informāciju. Fakti tiek izklāstīti skaidri, objektīvi un saprotami, bez falsifikācijas un auditorijas maldināšanas. Kļūdas tiek atzītas bez kavēšanās.

- Ziņas, pētniecība un analīze tiek nošķirtas no LTV darbinieku komentāriem un viedokļiem. Viedokļu daudzveidība, bez personisko uzstādījumu atspoguļošanas.
- Produkti tiek ražoti saskaņā ar mērķiem un sasniedz plānoto auditoriju.
- LTV produktu kvalitāte tiek novērtēta (reitingi, sabiedriskā labuma tests; mākslinieciskā padome izvērtē, atsauksmes u.c.).
- Ar sociālu kampaņu un raidījumu palīdzību ietekmēt, iedrošināt un veicināt sabiedrību pievērsties kādam sabiedrībai svarīgam mirklīgā vai ilglaicīgā procesam.