

GUIDANCE NOTES (to accompany the Content Code)

CONTENTS

- Rule 1: The Protection of Children
- Rule 2: Harm and Offence
- Rule 3: Crime
- Rule 4: Religion
- Rule 5: Accuracy and Impartiality
- Rule 6: Fairness
- Rule 7: Privacy
- Rule 8: Interactivity
- Rule 9: Arrangements for Funding Content
(including Sponsorship and Product Placement)
- Rule 10: Advertising

تعليمات إرشادية (تُرفق مع لائحة المحتوى)

المحتويات

- المادة 1: حماية الأطفال
- المادة 2. الإساءة والضرر
- المادة 3. الجريمة
- المادة 4. الدين
- المادة 5. الدقة والحيادية
- المادة 6. العدل والمساواة
- المادة 7. الخصوصية
- المادة 8. التفاعلية
- المادة 9. ترتيبات تمويل المحتوى
(بضمنها الرعاية التجارية والإشارة الترويجية)
- المادة 10. الإعلان

INTRODUCTION

Why we have published The Guidance Notes

The Creative Media Authority ("the CMA") Guidance Notes have been drafted to accompany the Content Code ("the Code"). They are provided to assist licensees in interpreting and applying the Code. The Guidance Notes should not be read in isolation but within the context of the Code. Whilst they do not and cannot cover every situation licensees might encounter, they should be used by licensees to assist them in making sensible editorial decisions about the content they disseminate.

The Guidance Notes should be considered in relation to all content irrespective of how it is disseminated although a number of the examples provided are platform specific (i.e. only relative to print or only relative to audio-visual content).

The CMA will, from time to time, review the Guidance Notes and make revisions or amendments where necessary and will act according to its duties specified in Abu Dhabi Law No. 8 of 2022 relating to the Creative Zone and its powers under the Licensing Regulations 2016.

مقدمة

سبب وجود التعليمات الإرشادية

تمت صياغة التعليمات الإرشادية الخاصة بهيئة الإعلام الإبداعي ("الهيئة") لترافق لائحة المحتوى (سيتم الإشارة إليها اختصاراً بـ"اللائحة"). والهدف من هذه التعليمات هو مساعدة الجهات المرخص لها على تفسير وتطبيق اللائحة. لا يتم قراءة التعليمات الإرشادية منفردة وإنما ضمن سياق اللائحة. لا تغطي التعليمات الإرشادية ومن غير الممكن أن تغطي كافة الحالات التي قد تواجهها الجهات المرخص لها، غير أنه لا بد من الاستعانة بها عند اتخاذ القرارات المنطقية المنية على مبررات الجهات المرخص لها في ما يتعلق بالمضمون الذي سيتم نشره أو بثه.

يجب أخذ هذه التعليمات الإرشادية بعين الاعتبار في ما يتعلق بأي محتوى سيتم نشره أو بثه بغض النظر عن الوسيلة المتبعة للقيام بذلك مع أن عدد الأمثلة المذكورة تستهدف منصات معينة (أي أنها تتعلق إما بالطباعة وحدها أو بالمحتوى المرئي والمسموع وحده).

ستقوم الهيئة من وقت إلى آخر بمراجعة التعليمات الإرشادية وإجراء التعديلات عند الضرورة، كما أنها ستتصرف وفقاً لمهامها المحددة في القانون رقم 07 لعام 2021 ووفقاً لسلطاتها بموجب أنظمة الترخيص 2016.

RULE 1: THE PROTECTION OF CHILDREN

The legal age of maturity in the UAE is eighteen but children under the age of fifteen are considered more vulnerable than those between the ages of sixteen and eighteen. However, licensees should acknowledge that all children in the audience require care and consideration regarding the type and nature of content that is disseminated.

RULE 1.1: LICENSEES MUST TAKE APPROPRIATE STEPS TO PROTECT CHILDREN FROM CONTENT THAT IS UNSUITABLE FOR THEM. LICENSEES MUST:

- (a) not disseminate content that is unsuitable for children in or around content made for, or aimed primarily at, children; and
- (b) ensure that the transition to more adult content is not unduly abrupt. Where it might be necessary to do so, warnings and/or information should be provided.

This Rule addresses all content irrespective of whether it has been specifically made for children and/or young people. It requires licensees to satisfy themselves that disseminated content is suitable if children are likely to be in the audience.

DEFINITION OF APPROPRIATE STEPS

The CMA recognises that the public has the right to expect content covering a range of different subjects. However, licensees must balance the right of the audience to access and receive a variety of subject matter against the obligation placed upon them to protect children from harmful content. "Appropriate steps" includes but is not limited to:

- placing or scheduling content that is unsuitable for children appropriately, in order to reduce the likelihood that children will be exposed to it; and

مادة (1): حماية الأطفال

يعدّ السنّ القانوني للرشد في الإمارات العربية المتحدة ثمانية عشر عاماً. مع ذلك، فإن من هم دون الخامسة عشر عاماً يعتبرون أكثر عرضة للتأثر من أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين السادسة عشر والثامنة عشر عاماً. غير أن على الجهات المرخص لها اخذ العلم بأن كافة الأطفال من المشاهدين يتطلبون عناية ومراعاة في ما يتعلق بنوع وطبيعة المحتوى الذي سيتمّ نشره أو بثّه.

مادة 1.1: يجب على الجهات المرخص لها اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية الأطفال من المحتوى الإعلامي الذي ربما لا يكون مناسباً لهم. ويجب على الجهات المرخص لها:

- أ- عدم النشر و/أو البث أو تضمين أو توجيه أي محتوى بشكل مباشر يكون غير مناسباً للأطفال.
- ب- التأكيد على أن تغيير المحتوى ليكون مناسباً للبالغين لا تغييراً فجائياً غير منطقياً وأن يتم ذلك بشكل عملي مع تقديم جميع التحذيرات و/أو المعلومات التي تلزم لذلك.

إن هذه المادة تنطبق على كافة أنواع المحتوى بغضّ النظر عن ما إذا كانت معدّة خصيصاً للأطفال و/أو اليافعين. فهي تفرض على الجهات المرخص لها الحرص على أن المحتوى الذي سيتمّ نشره أو بثّه مناسب في حال اشتمل الجمهور على الأطفال.

تعريف الخطوات المناسبة:

تعترف الهيئة بحقّ الجمهور في أن يتوقع **اشتمال المحتوى** على مواضيع متنوعة. على الرغم من ذلك، يتوجب على الجهات المرخص لها إضفاء التوازن بين حقّ المشاهدين في الوصول والتعرّض إلى مجموعة متنوعة من المواضيع وبين الإلتزام المفروض عليها بحماية الأطفال من المحتوى المؤذي.

إن "الخطوات المناسبة" تشمل دون الحصر:

- تحديد أو وضع موعد عرض المحتوى الذي يعدّ غير مناسب للأطفال بشكلٍ يحدّ من احتمال تعرّض الأطفال له؛

و

- providing adequate warnings/information about content that is, or could be, unsuitable for children before it is disseminated.

- توفير التحذيرات/المعلومات المناسبة عن المحتوى الذي يُعتبر أو قد يكون غير مناسب للأطفال قبل نشره و/أو بثّه.

تعريف الجدولة المناسبة:

DEFINITION OF APPROPRIATE SCHEDULING:

Licensees disseminating linear audio-visual services should consider the intended audience and general audience expectations (particularly the expectations of parents with children in the audience) when making scheduling decisions. It is important that the transition from family or children's content to more adult content and themes is not unduly abrupt. Content aimed at an older audience (i.e. excessive or realistic violence and aggression, sexual behavior including sexual violence and offensive language), should not be scheduled adjacent to family or children's content because it could significantly increase the likelihood of exposing children to offensive and harmful content.

يتوجب على الجهات المرخص لها التي تقوم بنشر و/أو بثّ الخدمات المرئية والمسموعة الخطيئة أن تأخذ بعين الاعتبار الجمهور المستهدف وتوقعاته العامة (خاصة توقعات أهالي الأطفال من الجمهور) عند اتخاذ قرارات تتعلق بجدولة البرامج. من الضروري أن لا يكون الانتقال من المحتوى الخاص بالأطفال والعائلات إلى محتوى آخر يناسب البالغين بشكل فجائي وغير ملائم. فالمحتوى الذي يتوجّه للبالغين (أي الذي يحتوي على عنف حقيقي أو عدائية مفرطة، أو السلوك الجنسي وما يتضمّنه من عنف جنسي ولغة الإساءة)، لا يجب أن يُعرض مباشرة بعد البرامج المعدة للأطفال والعائلات، إذ يزيد ذلك احتمال تعرّض الأطفال لمحتوى ذو مضمون مسيء وجارح.

DEFINITION OF ADEQUATE WARNINGS:

In addition to scheduling content appropriately, any *significant* or *abrupt* (and therefore *unexpected*) changes in the nature of content (e.g. from family-oriented content to more adult content) should be clearly signposted by providing clear information to the audience before it is disseminated. Audiences can often become offended if no indication has been given to them when a significant change in the type of content occurs.

تعريف التحذيرات المناسبة:

إلى جانب جدولة المحتوى بشكل جيد، إن أي تغيير واضح أو مفاجئ (وبالتالي غير متوقع) في طبيعة المحتوى (كالانتقال من محتوى ذو توجّه عائلي إلى محتوى آخر للبالغين) يجب أن يشار إليه بشكل صريح وذلك من خلال تقديم معلومات واضحة للجمهور قبل نشره أو بثّه، إذ غالباً ما يشعر الجمهور بالإساءة في حال عدم إنذاره بحدوث تغيير نوعي جذري للمحتوى.

RULE 1.2: CONTENT THAT IS LIKELY TO DAMAGE THE PHYSICAL, MENTAL OR MORAL DEVELOPMENT OF CHILDREN MUST NOT BE FEATURED IN CONTENT MADE PRIMARILY FOR CHILDREN OR IN CONTENT THAT IS LIKELY TO ATTRACT THEM IN SUBSTANTIAL NUMBERS. IT INCLUDES:

- material condoning, encouraging or glamorising the use of illegal drugs, the abuse of prescription drugs, smoking, solvent abuse and the use of alcohol;
- material depicting or describing violence, whether verbal or physical, and/or

مادة 1.2: يجب عدم تضمين المحتوى الذي يلحق الضرر بالتنمية البدنية أو العقلية أو الأخلاقية للطفل داخل المحتوى العام المعد للأطفال، أو للمحتوى الذي يتوقع أن يجذب شريحة واسعة من الأطفال، ويتضمن هذا المحتوى ما يلي:

- المواد التي تحرض على أو تشجع أو تجيز تناول العقاقير المخدرة أو سوء استخدام وصفات الأدوية أو التدخين أو إدمان أو تناول الكحوليات.
- المواد التي تصف أو تصوّر ممارسة العنف سواء اللفظي أو الجسدي و/أو ممارسة السلوكيات الخطرة وبصفة خاصة تلك التي يسهل على الأطفال تقليدها.

	dangerous behavior; in particular that which might be easily imitable by children;
(c)	offensive language including swearing, racial language and other forms of language used to insult and harass particularly with regard to bullying;
(d)	representation, discussion or portrayal of sexual activity or behaviour, and nudity; and
(e)	demonstrations of exorcism, occult practices and the paranormal

This Rule deals with content that is either specifically made for and aimed at children or content that is not necessarily made for them but which attracts them nonetheless (i.e. in the case of television, this could be a family entertainment programme in the evening which is watched by children - particularly during weekends, school holidays and during significant events such as Ramadan).

Some of the following subjects could bring compliance with the Code into question if included in content when children are likely to be in the audience:

DRUGS, SMOKING AND SOLVENT ABUSE

Licensees should always consider the impact that representations of the use of illegal drugs, the abuse of prescription drugs, smoking, solvent abuse and the use and misuse of alcohol may have on under-eighteens in the audience.

The CMA does not expect that a licensee would frequently wish to include material that condones, encourages or glamorises the use of, or – where relevant – abuse of, such substances. However, where smoking occurs in older films (and cartoons) that pre-date the knowledge that smoking is linked to cancer and other diseases, then the editorial justification for dissemination must be carefully thought through. The historical context and the artistic integrity of the content could, in some cases, provide adequate editorial justification for it to be disseminated.

VIOLENCE AND DANGEROUS BEHAVIOUR

ج-	لغة الإهانة أو الإساءة والتي تضم السباب والشتائم والألفاظ العنصرية وبعض الأشكال الأخرى للغة والتي يقصد بها تحقير الأخر والتي من أمثلتها ألفاظ المتنمرين.
د-	تمثيل أو تصوير أو مناقشة السلوك أو الممارسات الجنسية والتعري.
هـ-	تجمعات لطرد الأرواح الشريرة أو ممارسة السحر والشعوذة.

وتشمل هذه المادة إما المحتوى المعد والموجه للأطفال أو الذي لم يعد لهم بشكل مباشر وإنما قد يجذبهم (كما في حال البرامج التلفزيونية، قد يكون برنامجاً تلفزيونياً ترفيهياً وذات صفة عائلية يعرض مساءً ويشاهده الأطفال خاصة خلال عطلات نهاية الأسبوع والعطلات المدرسية والمناسبات الخاصة كشهر رمضان).

إن بعض المواضيع التالية قد تجعل من تطبيق هذه المواد عرضة للتساؤل في حال احتواء المحتوى عليها عند إمكانية تواجد الأطفال بين الجمهور:

المخدرات، التدخين والإدمان على المواد المذيبة

يتوجب على الجهات المرخص لها دائماً الأخذ بعين الاعتبار تأثير عرض التعاطي غير القانوني للمخدرات وسوء استعمال الأدوية والتدخين، والاستخدام الخاطيء للوصفات الطبية والمذيبات، واستعمال وسوء استعمال الكحول، والذي يمكن أن يطل من هم دون الثامنة عشرة من العمر من بين الجمهور.

لا تتوقع الهيئة من الجهات المرخص لها أن ترغب دائماً بتضمين مواد تحيز أو تشجع أو تثني على تعاطي أو استخدام – في بعض الحالات – تلك المواد. على الرغم من ذلك، حين يظهر التدخين ضمن الأفلام القديمة (والرسوم المتحركة) التي تسبق الاكتشاف الطبي بأن التدخين مرتبط بمرض السرطان وغيره من الأمراض، يجب في هذه الحالة التفكير ملياً بتبرير الجهات المرخص لها للنشر والبيث. فالسياق التاريخي والسلامة الفنية قد توفّر في بعض الحالات تبريراً مناسباً للجهات المرخص لها لنشر أو بيث المحتوى المذكور.

العنف والسلوك الخطر

Given the likely negative impact images of violence are considered to have on children, licensees should ensure that content containing violence, whether verbal or physical, is not disseminated in content likely to appeal to a high proportion of children. Any portrayal of verbal or physical violence, or its after-effects, must be editorially justified.

Children can be influenced by content and may emulate potentially dangerous behavior. Licensees should ensure that any dangerous behavior that could be easily copied by children, is not in content made for them or likely to appeal to them. Such behaviour includes, but is not limited to:

- using domestic implements such as knives, or other offensive weapons and substances (i.e. household cleaning products) in a dangerous, inappropriate or potentially harmful manner;
- the misuse of household items, such as microwave ovens and tumble dryers (e.g. children or adults playing with or in such items);
- playing in hazardous locations, such as on railway lines or roads and particularly where the dangerous consequences of such behavior is not apparent; and
- stunts or dares involving, for example, speed or heights.

In addition to the above, scenes or images of hanging or the preparations for hanging should not be disseminated in or adjacent to children's content (for further guidance relating to suicide in general and its portrayal, please refer to the Guidance for Rule 2.3 on page 17).

OFFENSIVE LANGUAGE

Licensees should not include offensive language in content made for children or when children are particularly likely to be in the audience.

Children enjoy a wide variety of music. However, where lyrics in songs might cause offence, licensees

نظراً للتأثير السلبي لمشاهد العنف على الأطفال، يجب على الجهات المرخص لها الحرص على أن مواد العنف اللفظي أو الجسدي لا تنتشر وتنبث ضمن محتوى من شأنه أن يجذب نسبة كبيرة من الأطفال. فأي عرض للعنف اللفظي أو الجسدي أو آثاره الرجعية يجب أن يترافق مع تبرير قبل الجهات المرخص لها.

يمكن للأطفال أن يتأثروا بالمحتوى وبالتالي تقليد السلوك الذي يشكل خطراً. لذلك يتوجب على الجهات المرخص لها الحرص على عدم تضمين أي سلوك خطير يمكن للأطفال تقليده في محتوى معد لهم أو يمكن أن يجذبهم. إن هذا السلوك يشمل دون الحصر:

- استعمال أدوات منزلية مثل السكاكين، أو أية أسلحة ومواد عدائية أخرى (أي مواد التنظيف المنزلية) بطريقة خطيرة وغير ملائمة أو قد تكون مؤذية؛
- سوء استعمال الأدوات الكهربائية المنزلية كالميكروويف والآلة المنشفة (كأن يلعب الأطفال أو البالغون بهذه الأدوات أو معها)؛
- اللعب في أماكن خطيرة كالسكك الحديدية والطرقات وخاصة حين تكون العواقب الخطيرة لمثل هذا التصرف غير جلية؛
- السلوك المتمثل في الأعمال الجريئة والتحديات المرتبطة بالسرعة الزائدة وتسلق المرتفعات.

بالإضافة إلى ما سبق، لا يجب نشر وبت مشاهد أو صور عن الإعدام شفقاً أو التحضير لعملية الإعدام شفقاً خلال أو في وقت قريب من موعد عرض المحتوى المعد للأطفال (لمزيد من التعليمات المتعلقة بوصف الإنتحار بشكل عام وتصويره، يُرجى مراجعة التعليمات الإرشادية، مادة 2.3 في الصفحة 17).

اللغة المسيئة

على الجهات المرخص لها عدم استخدام اللغة المسيئة في المحتوى المعد للأطفال أو ذلك الذي قد يبت أو ينشر عند احتمال وجود الأطفال بين الجمهور.

should consider whether the context may increase or mitigate the offence, and consider the possible use of track remixes and appropriate editing. Please also see the guidance for Rule 2.2 on page 11.

NUDITY AND SEXUAL ACTIVITY

Licensees should be aware that the exposure of children to depictions or images of nudity and sexual activity, or sexual discussions is incompatible with the UAE's cultural, social and moral standards. Licensees therefore must not include images portraying sexual behaviour and nudity or sexual discussions when children are likely to be in the audience.

Particular care should be taken in relation to music videos as these can frequently include sexually suggestive content.

EXORCISM, THE OCCULT, THE PARANORMAL AND MILD HORROR

This area is complex because what may be acceptable [paranormal practice] to one person could be thought of as occult and negative by another. However, it is important to understand that the vulnerability of children means that any content that includes occult or paranormal practices should not normally be disseminated when a significant number of children are in the audience.

However, care needs to be taken in interpreting this Rule. It does not, for example, automatically prohibit films and dramas that might feature witchcraft (The Wizards of Waverly Place and Harry Potter), paranormal activity (i.e. Ghost Whisper) and mild horror intended for a younger audience (the Twilight series of films) which have been made for, are primarily aimed at, and appeal to older children and young adults. Licensees should judge the suitability of the content against the composition of the likely audience and any potential to cause offence.

يستمتع الأطفال بانواع مختلفة من الموسيقى، لكن نظراً إلى أن كلمات بعض الأغاني قد تتسبب بالإساءة، على الجهات المرخص لها التفكير ملياً في إذا ما كان السياق الذي تستخدم فيه يزيد أو يخفف من تأثير الإساءة، وعليها إذاً النظر في إعادة تحرير وتعديل الأغاني لتصبح مناسبة. يُرجى مراجعة التعليمات الإرشادية، مادة 2.2 في الصفحة

11

التعري والممارسات الجنسية

يجب على الجهات المرخص لها أن تعي أن تعرّض الأطفال لصور أو مشاهد التعري والممارسات الجنسية أو المناقشات ذات الصلة لا تتوافق والمعايير الثقافية والاجتماعية والأخلاقية الخاصة بالإمارات العربية المتحدة. فعليها بالتالي عدم تضمين مشاهد وصور أي سلوك جنسي وتعري أو مناقشات حول الجنس عند احتمال وجود الأطفال بين الجمهور.

يجب اتخاذ الحيطة في ما يتعلق بالأفلام الموسيقية المصوّرة إذ غالباً ما تتضمن محتوى جنسي إباحي.

طرد الأرواح الشريرة وممارسة السحر والأمور الخارقة للطبيعة والرعب الخفيف

يتسم هذا المجال بالتعقيد لأن ما يمكن اعتباره مقبولاً (الممارسات الخارقة للطبيعة) بالنسبة لشخص معين قد يُعتبر سحراً أو ذو أبعاد سلبية بالنسبة إلى آخر. على الرغم من ذلك، من المهم جداً الفهم أن سرعة تأثر الأطفال تعني أن المحتوى الذي يتضمّن ممارسات سحرية أو خارقة للطبيعة يجب أن لا يُنشر ويُبثّ بشكلٍ عام عند احتمال وجود عدد كبير من الأطفال بين الجمهور.

مع ذلك، يجب أخذ الحيطة والحذر عند تفسير هذه المادة، فهي مثلاً لا تحظر بشكل تلقائي الأفلام والبرامج الدرامية التي يمكن أن تحتوي على صناعة السحر (من مثال "سحرة قصر ويفرلي" و"هاري بوتر")، أو الأمور الخارقة للطبيعة (مثل "غوست ويسبر") أو الرعب الخفيف المعد للجمهور الأصغر سناً (مثل سلسلة أفلام "توايلايت") التي تعدّ وتستهدف بشكلٍ خاص الأطفال الأكبر سناً واليافعين. يجب على الجهات المرخص لها أن تحكم على مدى ملاءمة المحتوى لعناصر الجمهور المحتمل ووجود أية إمكانية للتسبب بالإساءة لأي شخص.

RULE 1.3: CARE MUST BE TAKEN TO PROTECT THE PHYSICAL AND EMOTIONAL WELFARE AND THE DIGNITY OF CHILDREN WHO TAKE PART OR ARE OTHERWISE INVOLVED IN CONTENT. CONTENT INVOLVING CHILDREN THEREFORE REQUIRES SPECIAL CARE AND PARTICULAR REGARD TO THE FOLLOWING:

- (a) consent is required from a parent or guardian before children participate in content and, where possible, the informed consent of the child should also be obtained; and
- (b) children must not be caused any distress or anxiety by their involvement in content.

مادة 1.3: اتخاذ جميع الإجراءات التي تلزم لحماية الحالة العاطفية والبدنية للطفل وللحفاظ على كرامة الأطفال المشاركين داخل المحتوى كما يلزم وضع أو تأليف المحتوى الذي يتناول شريحة الأطفال يلزم اهتمامات خاصة واتخاذ اعتبارات خاصة تتعلق بما يلي:

- أ- الحصول على موافقة من والد أو الوصي على الطفل المشارك في المحتوى وكذلك الحصول على موافقة الطفل نفسه (إن أمكن) المبنية على دراية كاملة بمحتوى التجربة.
- ب- مشاركة الطفل في المحتوى يجب ألا يسبب للطفل أي نوع من أنواع الإزعاج أو القلق.

THE INVOLVEMENT OF CHILDREN IN CONTENT

Licensees need to make very careful decisions when involving children in the production of content; central to Rule 1.3 is the concept of "care". It is for licensees to decide the appropriate level of care, subject to the individual circumstances in each case. The measures taken to ensure compliance with the Code will vary according to the content's format and level of participation required. Relevant factors include a child's age, maturity and capacity to make judgements about participation and the consequences of doing so.

Some audiences can become offended if they consider that children have not been cared for or have been taken advantage of by licensees. It would therefore be helpful, where appropriate, for licensees to refer to any safeguards that were put in place to ensure the emotional and physical protection of children (in content that features them). For example, in a live television programme that features child performers or participants, licensees might consider whether the audience watching or listening at home might appreciate being informed that a child or children involved are being well cared for and their needs have been provided for. This is important because the full range of measures put in place by licensees to safeguard children will not always be apparent to the audience.

مشاركة الأطفال في المحتوى

يتوجب على الجهات المرخص لها اتخاذ قرارات حذرة جداً عندما يتعلق الأمر بمشاركة الأطفال في إنتاج محتوى ما؛ فأساس المادة 1.3 هو مفهوم "العناية". ويعود الأمر للجهات المرخص لها لدى تحديد المستوى المناسب من العناية وذلك وفقاً لظروف الشخص في كل حالة. فالتدابير المتخذة لضمان التوافق مع المادة تتغير حسب تصميم المحتوى ومستوى المشاركة المطلوبة. وتتضمن العوامل ذات الصلة عمر الطفل، نسبة النضوج وقدرته على الحكم في ما يتعلق بالمشاركة وما يتأتى عن ذلك من نتائج.

بعض الجماهير قد تشعر بالإساءة في حال اعتبرت أنه لم يتم العناية بالأطفال أو أنه قد تم استغلالهم من قبل الجهات المرخص لها. لذلك قد يكون من المفيد، حين تقتضي الحاجة، أن تلجأ الجهات المرخص لها بالإشارة إلى وسائل حماية الأطفال العاطفية والجسدية التي تم استخدامها (في المحتوى الذي يشاركون فيه). على سبيل المثال، في برنامج تلفزيوني مباشر يبرز ممثلين أو مشاركين أطفال، قد تفكر الجهات المرخص لها ما إذا كان جمهور المشاهدين أو المستمعين سيقدّر إعلامهم بأن الأطفال المشاركين في المحتوى قد تمت العناية بهم بشكل جيد وتمت تلبية جميع احتياجاتهم. إن هذا الأمر فائق الأهمية لأن كافة التدابير المتخذة من قبل الجهات المرخص لها لحماية الأطفال لا تكون دائماً جلية للجمهور.

It is also important that licensees provide all staff working with child contributors and performers with an easily accessible source of information regarding child safeguarding requirements. Depending on the programme genre and the level of participation involved, we strongly recommend licensees develop internal guidelines for working with children, and that all relevant production staff are fully aware of them¹

PARENTS AND GUARDIANS

Parents and guardians may not be familiar with the content creation process or have a full understanding of the implications of their child's participation. Licensees are therefore advised to highlight both the positive outcomes and those that might be negative (if applicable) to parents or guardians in advance of any child's participation or contribution. This ensures they have as much information as possible *before* the child participates.

INFORMED CONSENT

From an early age children are capable of indicating their willingness to participate in content. The appropriate delivery of information to children about the nature and likely consequences of participation (to allow for "informed consent") will vary according to their age, maturity and capacity to understand.

For child participants, the Code requires that licensees should obtain consent from a parent or guardian. The nature of the content and the child's role in it should be communicated to the child and its parent or guardian in their own language so that they fully understand what is required [of the child] and the context in which it is

من المهم أيضاً أن تزود الجهات المرخص لها كافة الموظفين العاملين مع المشاركين والممثلين الأطفال بمصدر معلومات سهل المنال حول متطلبات حماية الطفل. استناداً إلى نوع البرنامج ومستوى المشاركة فيه، نوصي بشدة على الجهات المرخص لها صياغة تعليمات للإستعمال الخاص بالشركة حول كيفية التعامل مع الأطفال، تكون في متناول كافة العاملين في الإنتاج الخاص بالمحتوى المذكور¹

الوالدين والأوصياء

قد لا يكون الأهل والأوصياء على الأطفال على دراية بعملية صناعة المحتوى أو لا يملكون فهماً كاملاً لتداعيات مشاركة طفلهم. لذلك، ننصح الجهات المرخص لها أن تسلط الضوء على النتائج الإيجابية والسلبية (في حال انطبق ذلك) للأهل والأوصياء قبل أية مشاركة للطفل، إذ يضمن ذلك تزويدهم بما أمكن من المعلومات قبل خوض طفلهم في أية تجربة.

الموافقة المبنيّة على دراية كاملة

يملك الأطفال قدرة على التعبير عن رغبتهم في المشاركة في المحتوى منذ الصغر. وتختلف طريقة نقل المعلومات المناسبة للأطفال حول طبيعة المحتوى والنتائج المحتملة لمشاركتهم فيه (للحصول على الموافقة المبنيّة على دراية كاملة) بحسب عمرهم، نضوجهم وقدرتهم على الفهم.

في ما يتعلق بالمشاركين الأطفال، تفرض المادة أن تحصل الجهات المرخص لها على موافقة من الأهل أو الأوصياء على الأطفال، ويجب مناقشة طبيعة المحتوى ودور الطفل فيه مع الطفل نفسه وولي أمره وذلك بلغته الخاصة كي يعي بشكل كامل ما هو مطلوب (من الطفل) والسياق الذي سيتم من خلاله تنفيذ المطلوب. كما يجب ترجمة نماذج الموافقة الخطية إلى لغته الخاصة. مع ذلك، تذكر الهيئة الجهات

¹ For additional Guidance on the safe participation of children please see the CMA's Guidelines on Safeguarding Children document which is available to download from the CMA's website

² لمزيد من الإرشادات حول المشاركة الآمنة للأطفال، الرجاء مراجعة وثيقة تعليمات الهيئة حول حماية الأطفال المتوفرة على موقع الهيئة الإلكتروني

going to happen. The written consent forms should also be translated into their own language. However, the CMA reminds licensees that obligations under Rule 1.3 apply irrespective of such parental consent. In the case of those unable to give informed consent, such as very young children or babies, extra consideration, including the potential need for suitable expert advice, may be appropriate.

An adult is often seen by a child as an authority figure. As such, a child may find it difficult to contradict a licensee's suggestion to participate in general or to do something specific. It is therefore very important that licensees make it clear to a child that they can say no and will not be thought lesser of for having done so.

Where appropriate it is recommended that children are given meaningful, child-friendly information on any likely positive and negative consequences of participation even after parental consultation and consent. Depending on age and maturity, it may be difficult for children to imagine the long-term outcome of their participation. It may help if this information is provided in terms appropriate to the child's age. In addition, the CMA suggests that where appropriate, licensees ensure that checks are made regularly during production to ensure that a child remains willing to participate.

Licensees are advised to form their own judgements on whether a child's participation is appropriate i.e. they should not rely solely on the assurances of parents or guardians, particularly where vested interests may be involved (for example, parents urging a child, who is clearly reluctant, to participate in a competition because the prize appeals to them). Such behaviour can place significant stress on a child and should be avoided.

As a general rule any incentive (or prize) for children to participate - particularly in relation to competitions - should be proportionate to the age of the child. It would not be appropriate to offer an expensive adult item, such as a car, boat or jet-ski as a prize or gift because it could add considerable pressure on the child to obtain it for its parents or risk thinking it has failed or disappointed

المرخص لها أن الإلتزامات بموجب المادة 1.3 تنطبق بغض النظر عن موافقة الأهل. بالنسبة للأشخاص غير القادرين على تقديم موافقة مبنية على دراية كاملة، كالأطفال الصغار جداً أو الرضع، قد يكون مناسباً إيلاء عناية إضافية، بما في ذلك إمكانية اللجوء إلى نصيحة المختصين.

و غالباً ما ينظر الطفل إلى البالغين كأصحاب السلطة. لذلك، قد يجد الطفل صعوبة في معارضة اقتراح الجهات المرخص لها بالمشاركة بشكل عام أو القيام بأمر معين. بناء على ذلك، من المهم جداً أن توضح الجهات المرخص لها للطفل إمكانيته للرفض وعدم التقليل من شأنه في حال قام بذلك.

إذا اقتضى الأمر ذلك، ينصح بتزويد الأطفال بمعلومات مفيدة ومؤاتية لعمرهم حول أية إيجابيات أو سلبيات تنتج عن مشاركتهم وذلك حتى بعد مشاوررة الأهل والحصول على موافقتهم. وفقاً للعمر ونسبة النضوج، قد يكون من الصعب على الأطفال تصوّر نتائج مشاركتهم على المدى البعيد. وقد يساعد إيصال المعلومات إلى الأطفال بالطريقة (أو باستخدام التعابير) التي يستوعبون من خلالها، إضافةً إلى ذلك تقترح الهيئة أن تحرص الجهات المرخص لها، حيث يكون ذلك مناسباً، على إصدار الشيكات (الدفعات) بانتظام خلال فترة الإنتاج لضمان استمرار رغبة الطفل بالمشاركة.

كما تُنصح الجهات المرخص لها أن تحكم بنفسها حول ما إذا كانت مشاركة الطفل مناسبة أم لا، أي يجب أن لا تعتمد فقط على تأكيدات الأهل والأوصياء، خاصةً حين يتعلّق الأمر بمصالح شخصية (على سبيل المثال، إجبار الأهل لطفلهم رغم معارضته الواضحة للمشاركة في مسابقة لأنهم يعتبرون أن الجائزة مغرية). إن مثل هذا التصرف يعرّض الطفل لضغوطات كبيرة ولا بدّ من تجنّبها.

عموماً، إن أي مكافأة (أو جائزة) تقدّم للأطفال مقابل مشاركتهم، خاصةً في ما يتعلّق بالمسابقات، يجب أن تتناسب مع عمر الطفل، إذ من غير المناسب تقديم أغراض ثمينة وخاصةً بالبالغين كسيارة أو قارب أو دراجة مائية كجائزة لأنها تزيد من الضغوطات على الطفل بهدف الحصول عليها لصالح الأهل، أو أنه قد يعتبر أنه فشل أو خيب ظنهم في حال لم يحصل عليها. لقد أظهرت الخبرة أن تقديم مثل هذه

them. Experience has shown that offering such items as prizes to children runs the real risk of a child being deeply upset that it has let its parents down.

الجوائز للأطفال غالباً ما يكون وراء الخطر الحقيقي لتسبب الحزن الشديد للطفل لأنه خذل أهله.

RULE 2: HARM AND OFFENCE

مادة (2): الإساءة والضرر

RULE 2.1: CONTENT THAT HAS THE POTENTIAL TO CAUSE OFFENCE MUST BE JUSTIFIED BY THE CONTEXT...SUCH CONTENT INCLUDES, BUT IS NOT LIMITED TO: OFFENSIVE LANGUAGE, VIOLENCE, SEX, SEXUAL VIOLENCE, HUMILIATION, DISTRESS, VIOLATION OF HUMAN DIGNITY, TREATMENT OR LANGUAGE THAT IS LIKELY TO PROMOTE PREJUDICE E.G. ON THE GROUNDS OF AGE, DISABILITY, GENDER, RACE, BELIEFS AND RELIGION (WITH PARTICULAR REGARD TO ISLAM).

مادة 2.1: يجب أن يكون المحتوى الذي يحتمل أن يسبب إساءة مبرراً داخل السياق (رجاء مراجعة تعريف السياق الوارد ذكره في ص 5)، ويكون هذا المحتوى متضمناً وغير قاصراً على ما يلي: لغة الإساءة أو الإهانة والعنف والممارسات الجنسية والعنف الجنسي والإذلال والقهر وانتهاك الكرامة الإنسانية والمعاملات أو اللغة التي تعبر عن الإجحاف بحق فئات المجتمع مثل كبار السن وذوي الإعاقة أو بسبب الجنس أو العرق أو المعتقدات أو الديانة (بالإشارة إلى الدين الإسلامي على وجه الخصوص).

DEFINITION OF CONTEXT

تعريف السياق

Context includes, but is not limited to:

إن السياق يتضمن ولا يقتصر على التالي:

- the nature of the service as a whole;
- the time or method of dissemination and the likely composition and expectations of the audience;
- the cultural and social norms prevailing in the areas or territories where the content is likely to be received or accessed;
- the degree of harm or offence likely to be caused by the inclusion of the content;
- other content adjacent to the published or disseminated content; and
- the extent to which adequate information about the content is provided to the audience.

- طبيعة الخدمة ككل؛
- توقيت أو طريقة النشر والبتّ والتركييب المحتمل وتوقعات الجمهور؛
- المعايير الثقافية والاجتماعية السائدة في المناطق والأقاليم التي يُحتمل أن يصلها المحتوى؛
- مقدار الأذى أو الإساءة المحتمل تسببها بتضمين المحتوى؛
- المحتوى الآخر اللاحق أو السابق للمحتوى المنشور والمبثوث؛
- مدى توفر المعلومات المناسبة للجمهور حول المحتوى.

For audio-visual services, context may also be provided by the audience exercising informed choice (i.e. through subscribing to particular content packages, and the availability of encryption systems and parental controls which can limit access to premium paid-for content by children in particular).

بالنسبة للخدمات المرئية والمسموعة، يمكن توفير السياق من خلال ممارسة الجمهور لحق اختياره المبني على دراية كاملة (أي من خلال اشتراكه برزمات تتضمن محتوى خاص، وتوفر أنظمة التشفير وخدمات توجيه الأهل التي من شأنها الحد من وصول الأطفال بشكل خاص إلى المحتوى المشروط بالدفع).

Members of the audience that pay to subscribe to content generally exercise a greater degree of choice (and control) as to the type and strength of content they want to receive with a corresponding tolerance for receiving stronger content as a result.

فالأشخاص الذين يدفعون مقابل الإشتراك بالمحتوى يتمتعون إجمالاً بمقدارٍ واسع من حرية الاختيار (والسيطرة) في ما يتعلق بنوع وقوة المحتوى الذي يرغبون بتلقيه إلى جانب الإحتمال المؤاتي لتلقي محتوى أشد حدة نتيجة لذلك.

RULE 2.2: CONTENT THAT HAS THE POTENTIAL TO HARM MUST BE EDITORIALY JUSTIFIED...THE POTENTIAL FOR HARM INCLUDES, BUT IS NOT LIMITED TO, CONTENT THAT MIGHT ENCOURAGE THE AUDIENCE TO BEHAVE IN A DANGEROUS MANNER WHICH MIGHT CAUSE THEM, OR OTHER PEOPLE, PHYSICAL, PSYCHOLOGICAL OR MORAL HARM

مادة 2.2: يجب أن يكون المحتوى الذي يحتمل أن يسبب ضرراً، مبرراً من الجهات المرخصة، وتكون احتمالات وقوع الضرر متضمنة وغير قاصرة على، المحتوى الذي ربما يحرض الجمهور على ممارسة السلوكيات الخطرة أو التي ربما تعرض الجمهور أو الآخرين لأضرار بدنية أو نفسية أو أخلاقية

DEFINITION OF EDITORIAL JUSTIFICATION

Editorial justification is the reason the licensee has made the content and its reasons for disseminating it, e.g. content that:

- is appropriate for inclusion due to its creative, editorial or artistic merit;
- exposes corruption or injustice;
- is included as factual reporting; and
- is aimed at protecting public health and safety.

THE DIFFERENCE BETWEEN CONTEXT AND EDITORIAL JUSTIFICATION

Context may be required when licensees disseminate content that might cause offence because it contains, for example, violence, sex, offensive language.

Context includes but is not limited to:

- the nature of the service as a whole;
- the time or method of dissemination and the likely composition, and expectations of, the audience;
- the cultural and social norms prevailing in the areas or territories where the content is likely to be received or accessed;

تعريف مبررات الجهات المرخص لها

تعرف مبررات الجهات المرخص لها على أنه السبب وراء إنتاج الجهات المرخص لها للمحتوى وما دفعها لنشره وبثه. على سبيل المثال، المحتوى الذي:

- يكون مناسباً تضمينه بسبب ميزاته الإبداعية أو التحريرية أو الفنية؛
- يسأط الضوء على الفساد أو الظلم
- يحمل صفة التقارير الواقعية
- يهدف لحماية الصحة والسلامة العامة.

الفرق بين السياق ومبررات الجهات المرخص لها

قد يكون من الضروري إبراز السياق حين تنشر وتبث الجهات المرخص لها محتوى من المحتمل أن يتسبب بالإساءة بسبب ما يتضمّنه من عنف ومشاهد جنسية وألفاظ جارحة مثلاً. يتضمّن السياق ولا يقتصر على:

- طبيعة الخدمة ككل؛
- توقيت أو طريقة النشر والبث وطبيعة الجمهور المحتملة وتوقعاته؛
- المعايير الثقافية والاجتماعية السائدة في المناطق والأقاليم التي قد تتلقى المحتوى؛
- مقدار الأذى أو الإساءة المحتمل تسببه بتضمين المحتوى؛

- the degree of harm and offence likely to be caused by the inclusion of the content;
- other content adjacent to the published or disseminated content; and
- the extent to which adequate information about the content is provided to the audience.

Licensees must always consider the context of any content before it is disseminated.

Editorial justification means that the reasons for disseminating the content outweigh the potential for causing harm because a licensee has taken all aspects of the content into consideration and decided that it has sufficient merit to be disseminated i.e. a published story or current affairs programme which tackles a taboo subject (which is likely to cause offence to many) but which serves the public interest to such a degree that any offence that might be caused could be editorially justified. This is a very high test and one that licensees should pay particular attention to.

PROTECTING THE AUDIENCE - INFORMATION, LABELLING AND WARNINGS

Licensees can seek to protect audiences from harmful and/or offensive content by providing appropriate information (i.e. in the form of warnings) prior to dissemination or, in the case of audio-visual licensees, by ensuring that content is scheduled appropriately.

The audience also holds a degree of responsibility for the content they actively choose to receive but Licensees should, where appropriate, help the audience to make appropriate choices by providing clear information in the form of visual and/or aural information which may serve to guard against causing offence.

In some cases editorial justification, context and/or the provision of information might not be sufficient to limit the offence likely to be caused by content that might be incompatible with the UAE's moral, social and cultural norms. In some cases, particularly if the content was created in another jurisdiction, it may be necessary to

- المحتوى الأخرى اللاحق أو السابق للمحتوى المنشور والمبثوث؛
- مدى توفر المعلومات المناسبة للجمهور حول طبيعة المحتوى.

يجب على الجهات المرخص لها أخذ السياق بعين الاعتبار قبل نشر وبث المحتوى دائماً.

أما المبررات التي تقدمها الجهات المرخص لها، فهي تعني أن الأسباب وراء نشر وبث المحتوى تفوق أهمية احتمال تسبب الأذى، لأن الجهة المرخص لها قد أخذت كافة نواحي السياق بعين الاعتبار وقررت أنه يستحق النشر والبث؛ نذكر على سبيل المثال خبراً منشوراً أو برنامجاً يعالج قضايا الساعة ويتطرق لموضوع محرّم (قد يسبب الإساءة للبعض) ولكنه في الوقت نفسه يخدم المصلحة العامة لدرجة أن أية إساءة قد تنتج عنه، يمكن تبريرها من قبل الجهات المرخص لها. إن هذا الاختبار فائق الأهمية يجب أن يحظى بعناية وانتباه الجهات المرخص لها.

حماية الجمهور – المعلومات، التصنيف والتحذيرات

يمكن للجهات المرخص لها السعي لحماية الجمهور من المحتوى المسيء للأذى و/أو الإساءة من خلال تقديم المعلومات المناسبة (أي على شكل تحذيرات) وذلك قبل النشر والبث، أو من خلال الحرص على حسن جدولة المحتوى لكل ما يتعلق بالجهات المرخص لها البث المرئي والمسموع.

كما يتحمل الجمهور قدراً من المسؤولية بالنسبة للمحتوى الذي يختار تلقيه. مع ذلك، يجب على الجهات المرخص لها مساعدة الجمهور، عندما يقتضي الأمر، على القيام بالخيارات المناسبة عبر تزويد معطيات واضحة تُعطى على شكل معلومات مرئية أو مسموعة قد تساعد على الحماية من الإساءة.

لا بدّ من الذكر أنه في بعض الحالات قد لا تكون تبريرات الجهات المرخص لها أو السياق أو توفير المعلومات عناصر كافية للحدّ من الإساءة المحتمل تسببها من قبل المحتوى الذي قد لا يتوافق والمعايير الأخلاقية والثقافية والاجتماعية للإمارات العربية المتحدة. ففي بعض الحالات، وخاصة إذا كان المحتوى قد أعدّ في بلد آخر، قد يكون من

edit the potentially offensive content before it is disseminated in the UAE.

OFFENSIVE LANGUAGE

The use of language (including offensive language) is constantly developing and it is more likely to be considered offensive if it is contrary to audience expectations where sensitivities can vary between generations, communities and cultures. In particular, abusive language relating to age, disability, gender, race, religion, culture and beliefs can be deeply offensive. The level of offence can also change as language acquires new meanings, for instance when mainstream culture adopts language from a minority group. Licensees should be mindful of the changing meaning of language, and try to avoid language that is, or has the potential to be, received by some members of the audience as offensive.

When considering whether or not to include offensive language in content, licensees should take into account:

- the individual impact of a particular swearword or the cumulative effect of a series of swearwords (or other offensive language) ;
- the type of content in which it appears; for example in dramas and films, character and plot development may lessen the impact of offensive language. In a newspaper article or documentary, whilst offensive language might reflect the reality of a person or group, it may be less acceptable to the wider audience; and
- whether information such as warnings might reduce the potential for offence prior to dissemination.

Specifically:

- racist terms and content should be avoided unless it can be editorially justified and is in context;
- particular care should be taken regarding the language used when portraying stereotypes. Stereotypes or caricatures of a particular

الضروري إجراء التعديلات في المواد التي قد تسبب الإساءة وذلك قبل نشرها وبثها في الإمارات العربية المتحدة.

الألفاظ المسيئة

إن استعمال اللغة (بما في ذلك اللغة المسيئة) في تطوّر مستمر، ويزيد مستوى إساءتها إذا تعارضت مع توقعات الجمهور حيث تتراوح الحساسيات بحسب الأجيال والمجتمعات والثقافات. يذكر بشكل خاص أن لغة الإجحاف بحق فئات المجتمع كالكبار في السن وذوي الإعاقة، أو الجنس والعرق والدين والثقافة والمعتقدات قد تكون شديدة الإساءة. يتغيّر مقدار الإساءة المسيئة أيضاً مع اكتساب اللغة لمعاني جديدة، كما في الحالات التي تنتبى الثقافة السائدة لغة الأقلية. لذلك، يجب على الجهات المرخص لها أن تنتبى للمعنى المتغيّر للغة، وأنت تحاول تفادي استخدام اللغة التي تعتبر، أو يمكن أن تعتبر، مسيئة من قبل بعض أفراد الجمهور.

عند التفكير في تضمين أو عدم تضمين المحتوى على لغة مسيئة، يتوجب على الجهات المرخص لها أخذ النقاط التالية بعين الاعتبار:

- التأثير الفردي لشتيمة معينة أو التأثير التراكمي لسلسلة من الشتائم (أو بصورة أخرى، اللغة المسيئة)؛
- نوع المحتوى الذي تظهر فيه؛ فعلى سبيل المثال، قد يقل ظهور الشخصيات وتطوّر الحكمة في الأفلام والبرامج الدرامية من وقع اللغة المسيئة. أما في مقالة صحفية أو برنامج وثائقي، يعكس استعمال اللغة المسيئة حقيقة الشخص أو المجموعة وتكون بالتالي أقلّ تقبلاً من قبل الجمهور الأوسع؛
- ما إذا كانت المعلومات المطروحة كالتحذيرات يمكن أن تقلل من احتمال التسبب بالأذى وذلك قبل النشر و/أو البث.

ونخص بالذكر التالي:

- يجب تجنّب المحتوى والألفاظ العنصرية إلا في حال إمكانية تبريرها من قبل الجهات المرخص لها وانتمائها للسياق؛
- يجب توخي الحذر في ما يتعلق باللغة المستعملة لرسم الصور النمطية. فالكاريكاتور والرسوم النمطية الخاصة بمجتمع معين، أو المناقشة حول قضايا معقدة ومثيرة للجدل

community, or the discussion of difficult or controversial issues involving that community where stereotypical language is used about them, may be considered offensive. Such language should generally be avoided unless it can be editorially justified for example if it is used in satire where the comedy depends to an extent on the use of exaggerated stereotypes. Licensees should always make careful decisions about whether the use of a particular stereotype is editorially justified.

- licensees should be aware that the use of offensive language directly coupled with [what are regarded as] holy names may cause offence to people with strongly held religious or cultural beliefs and is therefore unlikely to be acceptable.

VIOLENT, DANGEROUS OR SERIOUSLY ANTI-SOCIAL BEHAVIOUR

To comply with the Code licensees should not encourage, condone or glamorize violent, dangerous or anti-social behavior and have a responsibility to ensure that any such content, if it is disseminated, is justified by the context.

VIOLENCE

Violence may be portrayed and reported on by licensees, particularly in news coverage. Licensees have the creative freedom to include a wide-range of material in content and the right to freedom of expression to explore areas which may raise social issues. However, violence that is 'real' as opposed to that which is clearly fiction can have a strong impact on the audience (although fictional violence, if it is scheduled at times when children are likely to be in the audience, can cause considerable offence). Licensees should therefore consider the likely composition of the audience, the context and the editorial justification for disseminating content that depicts violent behavior irrespective of whether it is real or otherwise.

تخصّ ذلك المجتمع حيث تستعمل لغة نمطية خاصة بهذه القضايا، قد تعدّ جميعها مسيئة. يجب في الإجمال تجنب هذه اللغة إلا في حال تبريرها من قبل الجهات المرخص لها، ونذكر على سبيل المثال استعمالها بصيغة التهكم حيث تركز الكوميديا إلى حدّ ما على الإستعمال المبالغ للصور النمطية. يجب على الجهات المرخص لها أن تتوخى الحذر دائماً عند اتخاذ قرارات حول ما إذا كان استعمال صورة نمطية معينة مبرر من الجهات المرخص لها.

- يجب على الجهات المرخص لها الإدراك بأن استعمال اللغة المسيئة بشكل مباشر وإلى جانب (ما يعتبر) الأسماء المقدسة قد يتسبب بالإساءة لمن يؤمن بمعتقدات دينية أو ثقافية عميقة ومن غير المحتمل بالتالي أن يُرحّب بها.

السلوك العنيف أو الخطر أو المعادي للمجتمع بشكل كبير

تطبيقاً للائحة، يجب على الجهات المرخص لها عدم تشجيع، أو التغاضي عن أو تعظيم العنف والسلوك الخطر أو المعادي للمجتمع، كما تتحمل مسؤولية الحرص على تبرير أي محتوى أعد للنشر و/أو البثّ من خلال السياق.

العنف

يمكن للجهات المرخص لها تصوير العنف ونقله، خاصةً من خلال التغطية الإخبارية. تملك الجهات المرخص لها الحرية الإبداعية لتضمين المحتوى نطاق واسع من المواد، كما تتمتع بحرية التعبير للكشف عن نواح قد تثير قضايا إجتماعية. إلا أن العنف "الحقيقي" بالمقارنة مع العنف "الخيالي" بشكل واضح يملك تأثيراً عميقاً على الجمهور (على الرغم من أن عرض العنف الخيالي في أوقات يشتمل فيها الجمهور على الأطفال، يمكن أن يسبب الكثير من الإساءة). لذلك، يجب على الجهات المرخص لها التفكير في التركيبة المحتملة للجمهور، فضلاً عن السياق ومبررات الجهات المرخص لها لنشر وبثّ المحتوى الذي يصور العنف بغض النظر عن ما إذا كان حقيقياً أو خلاف ذلك.

DANGEROUS BEHAVIOUR

Dangerous behavior (particularly in factual content) might include dangerous driving such as speeding and how-to instruction (i.e. on how to make incendiary devices or Molotov cocktails). In addition there are a range of activities that may be problematic such as extreme sports and/or stunts done in a humorous context that raise issues about the glamorization of such activities. Even when scheduled appropriately (i.e. later and aimed at an older audience) such content could still encourage vulnerable and younger audiences to believe that such behavior could be easily and harmlessly copied. Licensees must consider such content carefully before disseminating it and may consider that a warning before the content is disseminated would be appropriate.

ANTI-SOCIAL BEHAVIOUR

Anti-social behaviour might include material that promotes civil unrest which encourages the public to break the law through civil disobedience and unlawful activity, or to behave in an aggressive manner towards people or their property. When reporting on public disorder in particular, the decision as to whether material is suitable for inclusion will largely depend upon the context. It is accepted that news organisations will report on anti-social and violent activity, but it is the context in which the content is presented that should be considered (i.e. whether it is reported on impartially as opposed to endorsed or promoted).

NUDITY AND SEX

Licensees should be aware of the prevailing conservative attitude in the UAE to depictions of nudity, sexual content and sexually suggestive material. Such content must be in context, editorially justified and – where appropriate – audiences should be provided with adequate information or warnings prior to dissemination to avoid causing offence. Appropriate scheduling (particularly on the part of audio-visual media services) is important in reducing the likelihood for offence.

السلوك الخطر

قد يتضمن السلوك الخطر، وخاصة ذلك الموجود ضمن محتوى مبني على الوقائع، مشاهد حول القيادة المتهورّة كالسرعة والتعليمات الإرشادية أي كيفية صنع الآلات الخارقة أو متفجرات المولوتوف. إضافة إلى ذلك، هناك نطاق واسع من النشاطات التي قد تشكل إشكالية، كأنواع الرياضة الشديدة الخطورة و/أو الأعمال الجريئة، التي تمثل في إطار فكاهي يثير مسائل حول تعظيم هذه النشاطات. حتى ولو جرى العرض في وقت مناسب (أي في وقت متأخر وللبالغين)، يمكن لمثل هكذا محتوى أن يشجّع الجماهير الأصغر سناً والتي هي عرضة للتأثر على التصديق بأنه يمكن تقليد هذا السلوك بسهولة ومن غير أذية. يجب على الجهات المرخص لها مراجعة المحتوى من هذا النوع بحذر قبل نشره وبثّه، بالإضافة إلى عرض تحذيرات مناسبة قبل أن تقوم بذلك.

السلوك المعادي للمجتمع

يتضمن ذلك مواداً تأجج الإضطراب المدني الذي يشجّع الشعب على خرق القانون من خلال العصيان المدني والممارسات المحظورة، أو التصرف بطريقة عدائية تجاه الآخرين وممتلكاتهم. أثناء تغطية أعمال الشغب بشكل خاص، السياق هو العامل الأساسي لاتخاذ القرار حول ما إذا كانت المواد مناسبة لتضمينها في المحتوى أم لا. فمن المقبول أن تغطي المؤسسات الإخبارية الممارسات العنيفة والمعادية للمجتمع، ولكن يجب الأخذ بعين الإعتبار السياق الذي يقدم المحتوى من خلاله (أي إذا تمت التغطية بإنصاف أو تمّ تأييدها والترويج لها).

التعري والجنس

يجب على الجهات المرخص لها أن تكون على علم بالموقف المحافظ السائد في الإمارات العربية المتحدة إزاء مشاهد التعري والمحتوى الجنسي والمواد الموحية بالجنس. إن مثل هذا المحتوى يجب أن يعرض ضمن سياق، وأن يكون مبرراً من الجهات المرخص لها، كما يجب عند الحاجة تقديم المعلومات المناسبة أو التحذيرات للجماهير قبل النشر والبث وذلك لتفادي الإساءة. إن الجدولة المناسبة (خاصة من جانب أصحاب الخدمات الإعلامية المرئية والمسموعة) مهمة للحدّ من الإساءة التي يحتمل التسبب بها.

DRUGS

Licensees should consider carefully whether there is sufficient context and editorial justification for any references to drugs included in content (please also see the Guidance for Rule 1.2 on page 4 above). Obviously factual content that reports on the dangers of drug abuse or on a significant customs exercise that has confiscated illegal drugs differs significantly from a piece of fictional content which incorporates drug use and abuse as part of the narrative. Licensees should consider the editorial justification for the inclusion of such material and take very careful consideration of scheduling (i.e. to avoid children and younger people in the audience). It is important to note that this rule does not relate solely to 'illegal' drugs but also to the use and possible abuse of prescription drugs/medications.

TRAILERS AND PROGRAMME PROMOTIONS

Trailers and promotions come upon the audience unawares so they are not able to make an informed choice about whether to watch or listen to them. Audio-visual licensees should ensure that all content (and not just that contained in 'programmes' or 'substantive programme strands'²) is suitable for the scheduled and likely audience so as not to cause offence.

المخدرات

يجب على الجهات المرخص لها التنبّه لوجود ما يكفي من مبررات الجهات المرخص لها والسياق عند الإشارة إلى المخدرات ضمن المحتوى (الرجاء الرجوع إلى التعليمات حول المادة 1.2 المذكورة أعلاه في الصفحة 4).

وهناك اختلاف كبير بين المحتوى الواقعي الذي يبرز مخاطر الإدمان على المخدرات أو يصوّر عملية ضخمة قامت بها الجهات الجمركية لمصادرة الممنوعات وبين المحتوى الخيالي الذي يجسّد تعاطي المخدرات والإدمان كجزء من القصة. يجب على الجهات المرخص لها اللجوء إلى مبررات الجهات المرخص لها لتضمين مثل هذه المواد كما عليها الإهتمام أيضاً بالجدولة (وذلك لتفادي اشتغال الجمهور على الأطفال واليافعين). من المهم الإنتباه إلى أن هذه المادة لا تعنى بالمخدرات "غير القانونية" فقط وإنما أيضاً بتعاطي واحتمال سوء استعمال الأدوية والعقاقير.

الأفلام القصيرة والعروض الترويجية للبرامج

تعرض الأفلام القصيرة والعروض الترويجية للبرامج على حين غرة فلا يتمكن الجمهور من اتخاذ قرار مبني على دراية كاملة حول مشاهدتها أو الإستماع إليها. لذلك، يتوجب على الجهات المرخص لها من اصحاب الخدمات المرئية – السمعية الحرص على أن تكون كافة انواع المحتوى (وليس فقط تلك التي تشتمل عليها "البرامج" أو "مجموعة الفواصل الثابتة مناسبة للجمهور وأوقات العرض كي لا تسبب أية إساءة).

² "Substantive programme strand" means a brief item of editorial content which has a *legitimate* reason to exist i.e. it provides information to the audience on a particular subject or range of subjects such as weather, business or traffic.

² محتوى الفواصل الثابتة" مواد ذات صفة موجزة من المحتوى المرئي والمسموع التي يتم تحريرها، وتركز على موضوع واحد معيّن وتعنى إجمالاً بتقارير حول حالة الطقس، أو سير الأعمال أو حركة السير.

RULE 2.3: CONTENT MUST NOT:

- (a) show detailed methods of suicide and self-harm (unless such references can be strongly editorially justified by the context);
- (b) use subliminal techniques to convey a message to the audience or to influence their minds without their being aware of what has occurred;
- (c) broadcast flashing lights and/or patterns that are capable of inducing photosensitive epilepsy. if such content is likely and unavoidable i.e. in live news footage containing rapid camera flashes, a verbal and, if appropriate, an on screen text warning before such content is transmitted is required; and
- (d) make personally derogatory or critical remarks about the Leadership of the region. This reflects the particularly high regard in which the Leadership of the region is held, and general expectations of the public as to how it is represented and referred to in and by the media

مادة 2.3 لا يجوز للمحتوى:

- أ- عرض تفاصيل عن طرق وأساليب الانتحار أو إيذاء النفس (إلا إذا كانت الجهات المرخص لها تحمل تبريراً للجهات المرخص لها مقبولاً لضرورة استخدام هكذا محتوى في السياق).
- ب- استخدام تقنيات البثّ اللاشعوري لنقل رسائل معينة للجمهور أو التأثير على عقله دون أن يعي ذلك.
- ج- استخدام الأضواء الساطعة و/أو بعض الرسومات التي قد تتسبب بحالات صرع حساسية الضوء لدى الأفراد المعرّضين. ولكن إذا كان استخدام هذه التقنيات أمر لا بدّ منه خلال النشر و/أو البثّ، مثلاً أثناء تغطية التقارير الإخبارية المباشرة التي تتخلّلها ومضات سريعة للكاميرا، فإنه يتعين التنويه عن ذلك بالتحذيرات اللفظية والنصوص التحذيرية على الشاشة قبل بداية نقل هكذا محتوى.
- د- توجيه النقد الأزدرائي الشخصي للقيادات في المنطقة. هذا يعكس المكانة المرموقة التي تحتلها القيادات المنطقة، والصورة التي يجب أن يعكسها الإعلام تلبيةً لتوقعات الجمهور العريض.

SUICIDE AND SELF-HARM

Licensees should not show detailed methods of suicide and self-harm unless such content can be *strongly* editorially justified. This requirement reflects concerns about the impact of real or portrayed suicide, and self-harm, on those who may be disturbed or are susceptible to influence. Various studies have shown that there may be a brief increase in particular methods of suicide if they have been portrayed or featured in the media. Licensees should therefore consider extremely carefully whether any detailed demonstrations and methods of suicide or self-harm are editorially justified before they disseminate them.

We should make it clear however that references to, or images purporting to show, suicide are not necessarily prohibited. It may well be that the context of a television drama that is based on a book which features a suicide prominently in the narrative, would rightly want to feature the suicide. However, what needs to be very carefully considered is how much

الانتحار وإلحاق الأذى بالنفس

لا يجب على الجهات المرخص لها عرض طرق مفصلة عن كيفية الانتحار أو إلحاق الأذى بالنفس إلا في حال كان ممكناً تبرير هذا المحتوى بشدة. يعكس هذا الشرط القلق بشأن تأثير الانتحار الواقعي أو المصوّر، إضافة إلى إلحاق الأذى بالنفس، على من هم عرضة للتأثر أو الإضطراب بسبب هذه المشاهد. وقد أثبتت العديد من الدراسات إلى أن نسبة بعض وسائل الانتحار قد ترتفع على أرض الواقع بعد أن يتم عرضها أو تصويرها في الإعلام. لذلك، يجب على الجهات المرخص لها التأكد بحذر بالغ ما إذا كانت التعليمات المفصلة ووسائل الانتحار أو إلحاق الأذى بالنفس مبررة قبل نشرها أو بثّها.

نوضّح مع ذلك أن عرض صور تعكس عملية الانتحار، أو ما قد يشير إلى ذلك، ليست محظورة بالضرورة، ففي سياق برنامج تلفزيوني درامي مبني على كتاب ما يصوّر الانتحار بشكل ظاهر قد يُقصد نقل مشهد الانتحار. في هذه الحالة، ما يجب أخذه بعين الاعتبار هو مقدار التوسّع في عرض تفاصيل عملية الانتحار، والآثار الرجعية لذلك وما

detail of the act of suicide is shown, its after-effects and whether the licensee has taken appropriate scheduling and the likely audience into account.

Licensees may also want to disseminate factual content that features a suicide bombing where the context for its inclusion is that it is a major news event of such significance that the potential for offence is outweighed by the editorial justification for including it. Again, the scheduling of such material (if applicable) and any information that can be provided to the audience (before it is disseminated) could serve to mitigate against the potential for any offence that might be caused by its inclusion.

SUBLIMINAL TECHNIQUES

If an item of content, however brief, can be seen by the audience then it is not subliminal. However, if an image or some text is deliberately included which is so brief that the audience cannot see that it is there or would not realize they had seen it, it is a subliminal technique and its use is prohibited.

FLASHING AND PHOTOSENSITIVE EPILEPSY

Flashing lights or patterns capable of inducing photosensitive epilepsy should be avoided. This is because it may cause seizures in some viewers (particularly younger viewers) who have photosensitive epilepsy.

Significant worldwide research and medical opinion in this area has been aimed at reducing the risk of exposure to potentially harmful stimuli (on-screen). Where its use is unavoidable i.e. in live news footage containing rapid digital camera flashes, warnings should be provided (both on screen and verbally). If licensees are in any doubt as to whether content which contains rapid flashes, flickering lights or patterns might have the potential to cause seizures, they should consult with someone who has the appropriate level of technical knowledge and expertise in this area prior to disseminating the content in question.

إذا كانت الجهات المرخص لها قد أعارت انتباهاً لجدولة البرنامج في وقتٍ مناسب فضلاً عن نوعية الجمهور المحتمل.

وقد ترغب الجهات المرخص لها أيضاً نشر و/أو بثّ محتوى مبني على الوقائع يبرز عمليات انتحارية حيث يكون السياق الذي يتضمّنهما حدث إخباري بالغ الأهمية لدرجة أن تبرير تضمين هذه المشاهد يفوق بأهميته احتمال التسبب بأية إساءة. ونكرّر أيضاً أن توقيت عرض مثل هذه المواد (حيث ينطبق ذلك) إضافة إلى أي توفير معلومات تنقل للجمهور (قبل النشر أو البث) قد تخدم في احتواء مدى الإساءة جراء تضمين هذه المشاهد.

تقنيات العرض دون وعي الجمهور

إذا تمكّن الجمهور من رؤية مادة في المحتوى، حتى ولو كانت موجزة، فهي بالتالي لا تعدّ قد عرضت دون وعيهم. ولكن، في حال تمّ تضمين صورة أو نصّ معيّن بقصدٍ وبطريقة شديدة السرعة لدرجة أن الجمهور يعجز عن الإنتباه لوجودها أو لا يدرك حتى أنه شاهدها، فيعدّ بالتالي أنها عرضت من دون وعيه؛ إن اللجوء إلى هكذا تقنية محظور تماماً.

الأضواء الواضحة والصور المسببة لحالات الصرع

يجب تجنّب الأضواء الواضحة والنماذج المتشابهة التي بإمكانها إثارة حالات الصرع جراء الحساسية، وذلك لأنها قد تسبب نوبات صرع لدى بعض المشاهدين (وخاصة الصغار منهم) الذين يعانون من حساسية تجاه تلك النماذج أو الأضواء.

لقد أجريت أبحاث علمية عالمية ضخمة وصدرت آراء طبيّة في هذا المجال تهدف إلى تخفيض نسبة خطر التعرّض المحتمل لمحفّزات مؤذية (على الشاشة). وإن كان لا بدّ من عرضها، أي خلال التقارير الإخبارية المباشرة التي تتخلّلها ومضات سريعة للكاميرا الرقمية، يجب عندها التنويه بذلك عبر التحذيرات (المكتوبة والشفهية). وفي حال عدم تأكّد الجهات المرخص لها من أن عرض المحتوى المتضمن على ومضات سريعة أو نماذج متشابهة قد يتسبب بنوبات صرع، عليها في هذه الحال اللجوء لمن يتمتّع بمستوى مناسب من المعرفة والخبرة في هذا المجال قبل نشر أو بثّ المحتوى المذكور.

PERSONALLY DEROGATORY OR CRITICAL REMARKS ABOUT THE LEADERSHIP OF THE REGION

The high regard in which the public holds its leaders means that criticism targeted in a personal manner towards them is unacceptable. The Code therefore prohibits the making of personally derogatory or critical remarks about the Leadership of the region. However, this rule does not prohibit genuine and objective critique or criticism that can be editorially justified and placed in context.

RULE 3: CRIME

Many different types of factual content, including broadcast news and printed newspaper articles, may feature or deal with criminals and/or criminal behavior in one way or another. Content dealing with crimes and criminal behavior should be handled with care; it is advisable that licensees obtain appropriate legal advice when dealing with this type of content.

Please note that this Rule does not refer to the representation of crime in works of fiction.

RULE 3.1: LICENSEES MUST NOT INCLUDE CONTENT THAT IS LIKELY TO ENCOURAGE OR INCITE THE COMMISSION OF CRIME OR TO LEAD TO DISORDER (INCLUDING ETHNIC OR RELIGIOUS HATRED OR ADVOCATING TERRORISM)

Whether content is "likely" to encourage or incite crime or to lead to disorder will depend on a number of factors. Merely filming and/or disseminating real criminal activity is not in itself, necessarily, an encouragement or incitement to commit that offence. However, featuring real criminal activity and presenting it in a way that has the potential to glorify or glamorise it or which fails to show any negative consequences, could lead to a breach of this rule.

التعليقات الإزدراكية والإنتقاصات التي من شأنها الإنتقاص من القيادات في المنطقة

إن المكانة العالية التي ينسبها الجمهور لقيادته تفرض أن النقد الموجة بطريقة شخصية تجاههم يعدّ غير مقبول. لذلك، تحظر اللائحة توجيه التعليقات الإنتقاصية أو الإزدراكية الشخصية تجاه القادة في المنطقة. إلا أن هذه المادة لا تمنع النقد أو التعليق الموضوعي والصادق الذي يمكن تبريره وعرضه ضمن سياق مناسب.

مادة (3): الجريمة

إن العديد من أنواع المحتوى المبنية على الوقائع بما في ذلك النشرات الإخبارية ومقالات الصحف، تعكس أو تعنى بطريقة أو بأخرى بأخبار المجرمين أو السلوك الإجرامي. وينبغي التعامل مع المحتوى الذي يتناول مع الجرائم والسلوك الإجرامي بعناية؛ وينصح المرخص لهم بالحصول على المشورة القانونية المناسبة عند التعامل مع هذا النوع من المحتوى.

الرجاء الإنتباه إلى أن هذه المادة لا تشمل تصوير الجرائم في أعمال ذات صفة خيالية.

مادة 3.1 على الجهات المرخص لها عدم تضمين المحتوى الذي قد يحرّض أو يشجّع الجمهور على ارتكاب الجريمة أو الفوضى (ما يشمل تأجيج التعصب الديني أو الطائفية أو تأييد الإرهاب والتشجيع عليه).

يتوقف تحديد ما إذا كان المحتوى "قد" يشجّع على أو يحرّض على ارتكاب الجرائم أو يؤدي إلى العصيان، على عدد من العوامل. فالتصوير و/أو النشر والبيث البحث للممارسات الإجرامية ليس بحدّ ذاته تشجيعاً أو تحريضاً لارتكاب هذه الجريمة، وإنما إبراز الممارسات الإجرامية الحقيقية وعرضها بطريقة تنطوي على احتمال تعظيمها أو تمجيدها، أو الفشل في إبراز نتائجها السلبية، قد يؤدي إلى خرق هذه المادة.

Where criminal activity is featured it should normally be made clear that it is criminal (if it is not obvious) in case it is mistakenly believed that such behavior is legal and therefore acceptable. Particular caution may be required when covering relatively common but illegal behavior such as dangerous driving, speeding or criminal damage.

It may be appropriate to ensure that the negative consequences of criminal activity are included (over and above the fact that it is an offence). This might include feelings of guilt, family shame and dishonor and, if relevant, imprisonment.

Direct calls or deliberate provocation to the audience to commit crimes which are left unchallenged e.g. providing a platform for a religious extremist to actively call for acts of violence, aggression and/or intimidation to be carried out against members of other faiths or cultures, would almost certainly breach this rule and the UAE's Criminal Legislation (i.e. the Penal Code).

RULE 3.2: LICENSEES MUST TAKE ALL REASONABLE STEPS NOT TO DISSEMINATE CONTENT THAT COULD ENDANGER LIVES OR PREJUDICE THE SUCCESS OF ATTEMPTS TO DEAL WITH A HIJACK, KIDNAPPING OR TERRORIST ACTIVITY

Licensees should use their own judgment to determine whether material is likely to endanger lives or threaten the success of attempts to deal with a hijack, kidnapping or terrorist activity. The issues which could arise will no doubt be specific to the circumstances and context.

An example of content that could endanger lives would include the publication of statements that glorify the commission or preparation of acts of terrorism particularly if the audience could reasonably assume that what was being glorified was also being encouraged.

Licensees should also consider carefully if the content could in any way have the potential to prejudice a police investigation or any other on-going investigation or situation (e.g. hostage negotiations)

يجب عادة توضيح الصفة الإجرامية للممارسات التي تُعرض (في حال لم يكن واضحاً) تفادياً للظن الخاطئ بأن هذا السلوك قانوني ومقبول. ويتطلب الأمر عناية خاصة عند تغطية سلوك عادي بشكل نسبي وإنما غير قانوني كالقيادة الخطرة والسرعة أو الضرر الإجرامي.

قد يكون من المناسب الحرص على إبراز النتائج السلبية للممارسات الإجرامية ضمن المحتوى (فضلاً عن كونها جريمة). ويمكن أن يشمل ذلك الشعور بالذنب، والعار وفي بعض الأحيان السجن.

إن الدعوات المباشرة والتحريض المتمم لارتكاب الجرائم التي تبقى بلا منازع كتوفير منبراً لمنظّر ديني يسمح له توجيه الدعوات بشكل ناشط لممارسة العنف والعدوان و/أو أساليب التخويف المتبعة ضدّ أفراد من الديانات أو الثقافات الأخرى، قد يعدّ بالتأكيد خرقاً لهذه المادة وللتشريع الجنائي في الإمارات العربية المتحدة (أي قانون العقوبات).

مادة 3.2 على الجهات المرخص لها اتخاذ جميع الاحتياطات الممكنة لمنع نشر و/أو بثّ المحتوى الذي قد يعرض حياة الآخرين للخطر أو يهدد نجاح عمليات التصدي لمحاولات الإختطاف أو السرقة أو النشاطات الإرهابية.

يجب على الجهات المرخص لها اللجوء إلى الحكم الذاتي لتحديد ما إذا كانت المادة من المحتمل أن تعرّض الأرواح للخطر أو تهدد نجاح محاولات التصدي للإختطاف، أو السرقة أو الممارسات الإرهابية. لا شك في أن القضايا التي ستثار مرتبطة بشكل محدد بالنتائج وبالسياق.

ومن المحتوى الذي قد يعرض الأرواح للخطر، ذلك الذي يحتوي على نشر لتصاريح تعظم ارتكاب أو التحضير لأعمال الإرهاب وخاصة في حال افتراض الجمهور بشكل معقول أن ما يتمّ تعظيمه، يُشجع على ارتكابه أيضاً.

كما يجب على الجهات المرخص لها مراعاة ما إذا كان المحتوى يحمل بأية طريقة من الطرق احتمال التحيّز لتحقيقات الشرطة أو أي تحقيق آخر أو موقف قيد الإجراء (مثلاً، مفاوضات بشأن الرهائن).

Licensees must be cautious when deciding what information to disseminate if the information has been obtained during an on-going or live situation.

RULE 3.3: DESCRIPTIONS OR DEMONSTRATIONS OF CRIMINAL TECHNIQUES WHICH CONTAIN DETAILS THAT COULD ENABLE OR FACILITATE THE COMMISSION OF CRIME MUST NOT BE DISSEMINATED UNLESS THERE IS STRONG EDITORIAL JUSTIFICATION

Licensees should not normally demonstrate or describe the detail of criminal techniques (e.g. how to hotwire a car) unless it is editorially justified to do so. In addition, irrespective of any justification, it is important that licensees avoid revealing too much detail about how to conduct crimes so that others are not easily able to copy it. This rule could apply to those crimes that involve generally unknown methods and techniques that the general audience would be unlikely to be aware of e.g. how to commit unusual types of online banking fraud. However, it would also apply to crimes such as breaking and entering, how to disable a burglar alarm and how to commit insurance fraud etc.

RULE 3.4: NO CONTENT SHALL BE DISSEMINATED IN RELATION TO AN ONGOING CRIMINAL INVESTIGATION WHICH HAS BEEN ORDERED TO BE KEPT CONFIDENTIAL OR WHERE PUBLICATION IS RESTRICTED BY A JUDGE OR THE PUBLIC PROSECUTION

Licensees should not do anything that is likely to distort the course of any criminal proceedings (whether being tried at the time or reasonably foreseeable).

Where legal restrictions apply prohibiting the identification of minors or other people involved in legal proceedings, licensees must be careful not to disseminate any material that would directly or indirectly lead to any of those individuals being identified.

It is often the case in the UAE that people involved in legal proceedings are not identified by name (they are sometimes identified by initials) so it is the licensee's

على الجهات المرخص لها أيضاً ان تتوخى الحذر عند تحديد المعلومات التي ستنتشر و/أو تبث في حال تلقي المعلومات أثناء ظرف جارٍ أو تحدث وقائعه مباشرة.

مادة 3.3 عدم نشر و/أو بث أي محتوى ينقل الوصف التفصيلي للتقنيات الإجرامية التي من شأنها تعزيز أو تسهيل ارتكاب الجرائم، إلا في حال كانت مبررات الجهات المرخصة لها مقنعة للقيام بذلك.

لا يجب على الجهات المرخص لها شرح أو وصف تفاصيل التقنيات الإجرامية (مثل كيفية تشغيل محرك السيارة بالأسلاك) إلا في حال كان القيام بذلك مبرراً. بالإضافة إلى ذلك، وبغض النظر عن أي تبرير مقدم، من الضروري أن تتجنب الجهات المرخص لها الكشف عن الكثير من المعلومات في ما يتعلق بارتكاب الجرائم وذلك كي لا يتمكن الآخرون من تقليدها بسهولة. وتطبق هذه المادة على الجرائم التي تشمل الطرق والتقنيات المجهولة التي قد لا يكون الجمهور على دراية بها ككيفية القيام بأنواع غير اعتيادية من الإحتيال المصرفي عبر الإنترنت. كما تشمل هذه المادة الجرائم المتصلة بالإقتحام والدخول، وكيفية تعطيل الإنذار الكاشف للسرقة، وارتكاب الإحتيال على التأمين، إلخ.

مادة 3.4 عدم نشر و/أو بث أي محتوى متصل بتحقيقات جنائية جارية، طلب رسمياً الإبقاء على سريتها أو صدر قرار بعدم نشرها أو بثها من قبل قاضي المحكمة أو النيابة العامة.

لا يجب على الجهات المرخص لها القيام بأي شيء من المحتمل أن يحرف مجرى أي إجراءات إجرامية (سواء كان النظر فيها حالياً أو متوقفاً إلى حد ما).

عند الحالات التي تفرض فيها القيود القانونية منع الكشف عن هوية القاصرين أو غيرهم من الأشخاص المتورطين في إجراءات قانونية، يجب على الجهات المرخص لها الإنتباه إلى عدم نشر و/أو بث أية مواد قد تؤدي، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، إلى الكشف عن هوية هؤلاء الأشخاص.

وغالباً ما تنطبق الحالة في الإمارات العربية المتحدة أن لا يُكشف عن أسماء المتورطين في إجراءات قانونية (إذ يعرّف عنهم أحياناً

responsibility to ensure they comply with the relevant legal restrictions and provisions.

RULE 3.5: NO PAYMENT, PROMISE OF PAYMENT, OR PAYMENT IN KIND (DIRECTLY OR INDIRECTLY) SHOULD BE MADE, IF IT WOULD HAVE THE POTENTIAL TO OBSTRUCT THE COURSE OF JUSTICE, OR PERMIT CONVICTED CRIMINALS TO PROFIT FROM THEIR CRIME(S)

Criminals should not benefit from their crimes. In order to prevent them from doing so, payments should not generally be made to them for interviews about their crimes or any other type of participation in content (e.g. as a consultant or expert on crime and criminal practices) that is related to criminal activity.

“Payment”, “promise of payment” and “payment in kind” covers making (or promising to make in the future) cash payments or other kind of payment or consideration (e.g. a gift or paying off a debt) to the criminal. The prohibition on payment under this Rule is in relation to an interview or some other contribution to the content which relates to their crime. “Some other contribution” could include indirect payments to criminals e.g. paying a license fee to a criminal for photographs relating to the crime that he/she owns and supplies to the licensee. This rule is not designed to inhibit the rehabilitation of criminals and would not automatically disqualify anyone convicted of a crime being paid for a contribution (in content about for example, fishing or rock-climbing) as long as that contribution is not about his or her crime or crime in general.

Family members, friends and associates may be paid in money or in kind for a contribution to a licensee’s content about a particular crime but not if it is known that such payment will benefit the criminal concerned.

In relation to payments which have the potential to obstruct the course of justice, no payment or promise of payment may be made, directly or indirectly, to any witness or person reasonably expected to be called as a witness. This Rule only prohibits payments to witnesses/potential witnesses where their contribution

بالأحرف الأولى من أسمائهم)، لذلك يكون من مسؤولية الجهات المرخص لها الحرص على العمل بالقيود والأحكام ذات الصلة.

مادة 3.5 عدم تقديم أية دفعات، أو وعود بتقديم دفعات أو أية دفعات عينية (بشكل مباشر أو غير مباشر) مقابل نشر و/أو بثّ محتوى من شأنه أن يعرقل سير العدالة أو أن يمنح المحكوم عليهم فرصة لتحقيق الربح المالي مقابل ارتكابهم الجرائم.

لا يجب أن يستفيد المجرمون من جرائمهم. في سبيل الحد من ذلك، لا يجب أن يدفع لهم إجمالاً لقاء محاورتهم في مقابلات أو أي نوع آخر من المشاركة في محتوى يدور حول هذه الجرائم. (مثلاً، كمستشار أو خبير في الجرائم أو الممارسات الإجرامية).

ويشمل “الدفع”، “الوعد بالدفع” و “الدفعات العينية” تسديد (أو الوعد بالتسديد اللاحق) دفعات نقدية أو أي نوع آخر من دفع المال أو التعويضات المالية كتقديم هدية للمجرم أو تسديد دين ما متوجب عليه. ويرتبط منع الدفع بموجب هذه المادة، الدفع مقابل إجراء مقابلات أو الإشتراك بمحتوى يرتبط بجرائمهم. أما تعبير “نوع آخر من الهبات” فيتضمن تسديد دفعات غير مباشرة للمجرمين كالدفع للمجرم مقابل الحصول على ترخيص استعمال الصور الخاصة بالجريمة التي ارتكبها والتي يملكها ويتيحها أمام الجهات المرخص لها. إن هذه المادة غير معدة لمنع إعادة تأهيل المجرمين ولا تجرّد من الأهلية بشكل تلقائي أي شخص متهم بجريمة كان قد تلقى المال مقابل الإشتراك بمحتوى ما (على سبيل المثال محتوى عن صيد الأسماك أو تسلق الصخور) طالما أن مشاركته لا تتعلق بجريمته بشكل عام.

يمكن للجهات المرخص لها أن تدفع لأفراد عائلة المجرم وأصدقائه وشركائه المال أو إعطائهم دفعات عينية مقابل مساهمتهم في محتوى يتعلّق بالجريمة ولكن ليس إن كان معروفاً أن المجرم قد يستفيد من هذه الدفعات.

بالنسبة للدفعات التي من شأنها أن تعرقل سير العدالة، لا يجب أن تسدّد هذه الدفعات أو الوعد بتسديدها، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، لأي شاهد أو شخص من المحتمل أن يُدعى للشهادة. تحظر هذه المادة تسديد الدفعات للشهود/الشهود المحتملين حين تكون مشاركتهم مرتبطة بالإجراءات القانونية التي سيشهدون أو من المحتمل أن يشهدوا بشأنها.

is connected to the legal proceedings in which they are or may become a witness (e.g. they could be paid for taking part in an unrelated game show).

(كأن يقبضوا المال مقابل اشتراكهم ببرنامج مسابقات لا صلة له بموضوع الجريمة).

RULE 4: RELIGION

مادة (4): الدين

Islam is the official religion of the UAE and is enshrined in the Constitution. Religious content or references to religion are particularly sensitive in the MENA region. Licensees must be fully aware that they operate in a context where the majority of their audience adheres to the Islamic faith. They must therefore ensure that they are fully familiar with, and respectful to, the specific requirements placed upon Islamic believers.

الدين الإسلامي هو الديانة الرسمية لدولة الإمارات العربية المتحدة كما أنه مكرّس في دستورها. ولا بدّ من القول إن المحتوى الديني أو المراجع الدينية أمور جدّ حساسة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ما يفرض على الجهات المرخص لها أن تعي أنها تعمل ضمن سياقٍ غالبية جمهوره تلتزم الدين الإسلامي. لذلك يتوجب عليها الحرص على درايته الكاملة بالمتطلبات الخاصة المفروضة على المؤمنين المسلمين واحترامها لها.

RULE 4.1: ALL RELIGIOUS VIEWS AND BELIEFS MUST BE RESPECTED, AND ACCURATELY PORTRAYED. CONTENT WHICH DELIBERATELY OR OTHERWISE UNDERMINES, RIDICULES OR DISPARAGES THE VIEWS AND BELIEFS OF A RELIGION AND IN PARTICULAR ISLAM, IS PROHIBITED.

مادة 4.1 احترام جميع الآراء والمعتقدات الدينية والتعبير عنها بكامل الدقة. يحظر أي محتوى يقوم بشكلٍ طوعي بالتقليل من شأن، أو الاستهزاء أو الاستخفاف بأراء ومعتقدات أي دين من الأديان بصفة عامة والدين الإسلامي بصفة خاصة.

The beliefs and practices of all faiths and cultures should be described accurately and impartially. Licensees should also reflect an awareness of the religious sensitivity around references to, or uses of, names, images, historic deities, rituals, scriptures and language at the heart of the world's different faiths and cultures and ensure that any use of, or verbal/visual references to them, are treated with sensitivity, are in context and editorially justified. This also includes being properly respectful to religious festivals and holy events.

يجب وصف كافة المعتقدات وممارسات جميع الديانات والثقافات بدقة وبعيداً عن التحيز. ويتوجب على الجهات المرخص لها أيضاً إظهار إدراك معيّن للحساسية الدينية في ما يتعلق بالإشارة إلى، أو استعمال، الأسماء والصور والألوهة التاريخية والطقوس والكتب المقدسة واللغة في خضم تعدّد الأديان والثقافات في العالم، كما يجب عليها الحرص على أن يتمّ أي استعمال، أو الإشارة المرئية أو المسموعة لما سبق، مع مراعاة الحساسية وأن يكون معروضاً ضمن السياق ومبررات الجهات المرخص لها. ويشمل ذلك أيضاً إبداء الإحترام اللازم تجاه الإحتفالات الدينية والمناسبات المقدسة.

Where the Prophet is referred to by name licensees should adopt the respectful reference of "peace be upon him" which is usually written as ("pbuh")

عند ورود اسم النبي (ص)، يجب على الجهات المرخص لها إضافة تعبير "صلى الله عليه وسلم" احتراماً للمذكور والتي غالباً ما يشار إليها بـ "ص".

Examples where religious sensitivity is required would include, but is not limited to, references (either visual, aural and/or both) to:

ونذكر بعض الأمثلة التي تستدعي الحساسية الدينية. فهي تشمل ولكنها غير محصورة بالإشارة (المرئية أو المسموعة أو الإثنين معاً) إلى التالي:

- the Qur'an;
- the Crucifixion;
- Holy Communion;
- the Jewish Sabbath;
- religious festivals such as Diwali;
- sacred texts such as the Hindu Vedas; and
- deities such as Ganesh, Lakshmi and Buddha

- القرآن
- صلب المسيح
- القربان المقدس
- السبت اليهودي
- الإحتفالات الدينية كالديوالي
- نصوص مقدسة كنصوص الفيدا الهندوسية؛ و
- الآلهة كغانيش ولاكشمي وبوذا

Licensees should be aware that whilst it may be acceptable in Western culture to satirise religion, it is unlikely that a similar treatment of any form of religion or specific cultural practice would be acceptable in the UAE. Further, whilst followers of the Christian faith do not generally find it offensive to depict God or Jesus in content (for example in a film or a cartoon) a similar depiction may cause offence (irrespective of the context) to those belonging to the Islamic faith.

يجب على الجهات المرخص لها أن تعي أنه في حين يُعتبر هجاء الدين في الثقافة الغربية مقبولاً، فمن المستبعد القبول بأي تصرّف مماثل تجاه أي من الديانات أو الممارسات الثقافية في الإمارات العربية المتحدة. علاوة على ذلك، في حين أن أتباع الديانة المسيحية لا يجدون إهانة في تصوير الله أو المسيح في المحتوى (على سبيل المثال ضمن فيلم أو رسوم متحركة)، فإن تجسيدا من هذا النوع قد يسبب إهانة (بغض النظر عن السياق) لأتباع الدين الإسلامي.

Treatment likely to cause offence to Muslims includes, but is not limited to:

إن التصرف المحتمل أن يسبب الإساءة للمسلمين يشمل التالي دون الحصر:

- disrespectful behavior towards the Qur'an e.g. by throwing it, or mocking its message; and
- visual depictions of the Prophet Mohammed (pbuh) and any other recognized prophets including the re-dissemination of images previously published by third parties.

- التصرف بقلة احترام تجاه القرآن الكريم كرميه مثلاً أو السخرية من رسالته؛ و
- تصوير مرئي للنبي محمد (ص) وأي أنبياء آخرين معروفين بما في ذلك إعادة نشر وبت صور سبق ونشرتها أطراف أخرى.

RULE 4.2: PARTICULAR CARE MUST BE TAKEN TO DISTINGUISH BETWEEN RELIGIOUS VIEWS AND THOSE THAT ARE POLITICAL, SOCIAL AND CULTURAL.

مادة 4.2 إبداء اهتمام خاص للتمييز بين الآراء الدينية وغيرها من الآراء السياسية أو الإجتماعية أو الثقافية.

The politics of a country or a particular individual must never be used as justification for criticizing the religious beliefs and culture that prevail generally in that specific country.

لا يجب إطلاقاً استعمال سياسة دولة ما أو شخص معين كتبرير لانتقاد المعتقدات الدينية أو الثقافة السائدة بشكل عام في تلك الدولة.

In addition, there are specific practices which might be perceived as religious but which are cultural, such as wearing the niqab. Such distinctions should be accurately portrayed and/or referred to and not be confused.

إضافة إلى ذلك، هناك ممارسات معينة من الممكن أن يُنظر إليها بصفة دينية في حين أنها تعني بثقافة البلد كارتداء النقاب على سبيل المثال. يجب تصوير و/أو الإشارة إلى هذه الفروقات بدقة دون الخلط بينها.

RULE 4.3: RELIGIOUS CONTENT MUST NOT BE AIMED AT SEEKING RECRUITS, MAKE APPEALS TO THE AUDIENCE TO JOIN A PARTICULAR RELIGION, OR ATTEMPT TO CONVERT MEMBERS OF THE AUDIENCE FROM ONE RELIGION TO ANOTHER.

“Seeking recruits” means *directly appealing* to audience members to join a religion. Recruitment is a direct call to action that the audience should *actively consider* the possibility of joining a particular religious group or subscribe to a particular religious doctrine.

Some religious content will of course involve a certain level of suggestion concerning the positive, life-affirming nature of the belief featured, which might provoke the audience to consider subscribing to the views being expressed. This does not necessarily amount to “seeking recruits” as set out in this rule.

For the purposes of the Code, direct appeals to the audience that they *should or need to join* a particular faith would constitute recruitment. Such activity might include the abuse or denigration of a person’s beliefs in order to convince them that they should change their existing beliefs and subscribe to those of the person challenging them (and where, if they do not comply, some negative outcome might occur).

However, proclaiming the *generic benefits* of a particular doctrine or belief-system might not necessarily, given the context, be considered recruitment

RULE 4.4: CONTENT WHICH INCITES, OR IS LIKELY TO INCITE, RELIGIOUS OR RACIAL INTOLERANCE MUST NOT BE DISSEMINATED

Such content would include making critical references to a particular belief or faith in such a way as to be likely to encourage those in the audience to actively distrust or develop an intense dislike towards that religion or those in the community who follow it. Such content is prohibited.

RULE 4.5: RELIGIOUS CONTENT MUST NOT EXPLOIT ANY SUSCEPTIBILITIES OF THE AUDIENCE. CONTENT WHICH PROMOTES RELIGIOUS VIEWS OR BELIEFS MUST DO SO OPENLY AND TRANSPARENTLY

مادة 4.3 عدم عرض المحتوى الديني بغرض السعي إلى ضمّ المناصرين أو دعوة الجمهور إلى اعتناق دين معين أو هدايته من دين إلى آخر.

ويعني تعبير "السعي إلى ضمّ المناصرين" التوجّه نحو أفراد الجمهور وجذبهم بشكل مباشر للإلتحاق بديانة ما. التجنيد هو نداء مباشر للتصرّف لذلك يجب على الجمهور التفكير بجديّة باحتمال الإنضمام إلى ديانة معينة أو تأييد عقيدة دينية معينة.

إن بعض انواع المحتوى الديني ستشمل بالطبع مقداراً معيناً من الإيحاء بالطبيعة الإيجابية والمؤكدة للمعتقد المعني، مما قد يدفع الجمهور إلى التفكير بتأييد وجهات النظر المعبر عنها. وذلك لا يساوي بالضرورة "السعي لضم المناصرين" المذكور في هذه المادة.

بموجب هذه اللائحة، إن المناشدة المباشرة للجمهور حول الضرورة أو الحاجة للإنضمام إلى دين معين يشكّل نوعاً من التجنيد. ويشمل نشاط كهذا سوء استعمال أو تشويه سمعة معتقدات شخص ما بغية إقناعه بضرورة التخلي عن مذهبه الحالي وتأييد معتقدات الشخص الآخر الذي يهاجمه (وفي حال لم يستجب لما يعرض عليه، قد تطرأ نتائج سلبية عن ذلك).

إلا أن المناداة بالمنافع الشاملة لعقيدة معينة أو نظام معتقد قد لا يعدّ بالضرورة، وحسب السياق، تجنيداً فعلياً.

مادة 4.4 الامتناع عن نشر و/أو بثّ أي محتوى يحرض أو قد يستخدم للتحريض على التعصب الديني أو العنصري.

ويشمل محتوى كهذا توجيه انتقادات لمعتقد أو دين معين بطريقة أو المحتمل أن تشجع أفراد الجمهور لفقدان الثقة أو الشعور بنفور شديد تجاه تلك الديانة أو أنصارها. إن هذا المحتوى محظّر.

مادة 4.5 لا يجوز لأي محتوى ديني أن يستغلّ سرعة التأثير لدى الجمهور، بحيث يجب على المحتوى الذي يروج للآراء أو المعتقدات الدينية أن يقوم بذلك بانفتاحٍ وشفافيةٍ.

Sensitive and impressionable members of the audience could be susceptible to exploitation so religious content therefore requires careful and responsible handling. The identity of any religion that is featured and the purpose of the content should be clear to the audience. Religious views or doctrine should not be promoted by stealth.

يمكن لأفراد الجمهور الحساسين والذين يمكن التأثير عليهم أن يكونوا عرضة للإستغلال، لذلك من المهم تولي المحتوى الديني بكامل المسؤولية والدقة. كما يجب الإعلان عن هوية أية ديانة تُعرض وتوضيح أهداف المحتوى الذي تعرض من خلاله أمام للجمهور. لا يجب الترويج لوجهات النظر الدينية أو العقائدية سراً.

RULE 5: ACCURACY AND IMPARTIALITY

مادة (5): الدقة والحيادية

RULE 5.1: THE DISSEMINATION OF ALL FORMS OF NEWS MUST BE DONE WITH ACCURACY AND WHERE IT IS INCLUDED IN A LINEAR AUDIO-VISUAL MEDIA SERVICE...PRESENTED WITH DUE IMPARTIALITY

مادة 5.1 يتعين أن تتم عملية نشر وبتش جميع أشكال الأخبار بدقة، كما يجب أن تعرض بمنتهى الحيادية الواجبة عند استخدامها في وسيلة إعلامية خطية ومرئية ومسموعة.

DEFINITION OF "DUE IMPARTIALITY":

تعريف تعبير "الحيادية الواجبة":

"Due" is an important qualification to the concept of impartiality. Impartiality itself means not favouring one side over another. "Due" means adequate or appropriate to the subject and nature of the programme. So "due impartiality" does not mean an equal division of time has to be given to every view, or that every argument and every facet of every argument has to be represented at the same time. However, it is important that licensees can demonstrate due impartiality 'over-time' by presenting opposing views and opinions in either a different item of content or a series of linked items of content. The approach to due impartiality will vary according to the nature of the subject, the type of disseminated content, the likely expectation of the audience as to content, and the extent to which the content is signaled to the audience. Context, as defined in the introduction to the Code, is important.

إن وصف الحيادية بالـ"الواجبة" يحمل أهمية كبيرة، إذ يعني بحد ذاته عدم التحيز لطرف دون الآخر. وتعني لفظة "الواجبة" ما هو مناسب أو مخصص لموضوع ولطبيعة البرنامج. لذلك، لا تعني "الحيادية الواجبة" أنه يجب منح قسم متساوٍ من الوقت لكل وجهات النظر، أو أنه يجب عرض كل الحجج أو مختلف جوانبها في الوقت نفسه. إلا أنه من الضروري أن تيرهن الجهات المرخص لها حياديتها الواجبة عبر عرض في "وقت إضافي" وجهات النظر والآراء المخالفة سواء تم ذلك من خلال مادة أخرى من المحتوى أو سلسلة من المواد المتصلة بالمحتوى. وتتغير مقاربة الحيادية الواجبة وفقاً لطبيعة الموضوع المعالج، ونوع المحتوى المنشور والمبثوث، وتوقعات الجمهور المحتملة تجاه المحتوى، إضافة إلى مقدار الإشارة إلى المحتوى. وكما ذكر في مقدمة اللائحة، يعتبر السياق ذو أهمية جوهرية.

In news output (particularly in relation to linear³ audio-visual content) licensees are required to be fair and open-minded when examining the evidence and weighing all the material facts, as well as being objective and even handed in their approach to a subject. This does not however necessarily require the representation of every argument or facet of every argument on each occasion or an equal division of time for each view.

It is unlikely that a news service or programme presented or moderated by a politician or public figure well known for their views on subjects of political or public importance will be perceived as impartial by the audience, even if the actual treatment of individual stories is impartial. It is therefore not normally acceptable for news programmes or services to be presented or hosted by politicians or campaigners on specific news-related subjects.

RULE 5.2: LINEAR AUDIO-VISUAL MEDIA SERVICES MUST PRESERVE DUE IMPARTIALITY IN ALL CONTENT DEALING WITH MATTERS OF POLITICAL OR INDUSTRIAL CONTROVERSY OR SENSITIVITY, UNLESS IT IS FEATURED WITHIN THE CONTEXT OF A PERSONAL-VIEW PROGRAMME WHICH IS CLEARLY IDENTIFIED TO THE AUDIENCE AS SUCH

To preserve impartiality, it is particularly important that content reflecting personal views which has been authored or contributed to by an individual, group or organisation, is clearly sign-posted to audiences in advance. Content that is "authored" can include the opinion of a journalist, commentator or academic, with professional expertise or a specialism in an area which enables them to express opinions that are not necessarily main-stream (and which could be seen as highly partial). The fact that views are 'authored opinion' must be made clear to the audience (in order to distinguish it from the views of the Licensee).

في ما يتعلق بصناعة الأخبار (خاصة المتعلقة بالمحتوى المرئي والمسموع الخطي⁴) يتوجب على الجهات المرخص لها أن تكون عادلة ومنفتحة الذهن عند مراجعة الأدلة والوقائع، إضافة إلى تحليها بالموضوعية والإعتدال في مقاربتها لموضوع ما. ولكن لا يفرض ذلك بالضرورة عرض كل حجة أو كامل الجوانب في كل مناسبة أو تحديد أوقات متساوية لعرض كل وجهة نظر.

من المستبعد أن ينظر الجمهور إلى خدمات أو برامج إخبارية يقدمها أو يديرها سياسيون أو شخصيات معروفة بأرائها حول مواضيع ذات أهمية سياسية أو شعبية، على أنها حيادية، حتى لو كانت معالجة لقصص فردية حيادية. لذلك، من غير المقبول عادةً أن تقدم النشرات والبرامج الإخبارية من قبل سياسيين أو رؤساء حملات حول مواضيع مرتبطة بشكل خاص بالأخبار.

مادة 5.2: يجب أن تلتزم جميع خدمات وسائل الإعلام الخطية بالحيادية الواجبة لدى عرض المحتوى التي تتعلق بالموضوعات السياسية والصناعية المثيرة إما للجدل أو الحساسية، إلا في حال وردت ضمن سياق البرامج التي تعرض وجهات النظر الشخصية والتي تعرّف للجمهور على أنها كذلك.

للمحافظة على الحيادية، من الضروري جداً إرشاد الجمهور مسبقاً وبوضوح حول المحتوى الذي يعكس وجهات نظر شخصية قام بتأليفها أو تأييدها شخص معين، أو مجموعة أشخاص أو منظمة. ويمكن للمحتوى "المؤلف" أن يشمل رأي صحفي أو معلق أو أكاديمي يتحلون بخبرة خاصة أو تخصص في مجال يخولهم التعبير عن آرائهم التي قد لا تكون هي السائدة (والتي قد يُنظر إليها على أنها بمنتهي التحيز). فيجب أن يُوضّح للجمهور واقع وجهات النظر على أنها عبارة عن "رأي مؤلف" (وذلك للتمييز بينها وبين وجهات نظر الجهات المرخص لها).

³ Linear audio-visual content means traditional television and radio broadcasting where simultaneous viewing is offered on the basis of a chronological schedule which is determined in advance by those who exercise editorial responsibility for the service.

⁴ المحتوى المرئي والمسموع الخطي هو بث الراديو والتلفزيون التقليدي حيث يتم تقديم العرض المتزامن وفقاً لجدول زمني محدد مسبقاً من قبل المسؤولين عن تلك الخدمة.

RULE 5.3: LINEAR AUDIO-VISUAL MEDIA SERVICES MUST NOT GIVE UNDUE PROMINENCE TO THE VIEWS AND OPINIONS OF PARTICULAR PERSONS OR BODIES ON MATTERS OF POLITICAL OR INDUSTRIAL CONTROVERSY.

Undue prominence of views and opinions means a significant in-balance of views in coverage of matters of political or industrial controversy or sensitivity. To avoid undue prominence, balance or alternative viewpoints can be provided in the same item of content or achieved over time in a series of items. At times it might be helpful to highlight to the audience that a converse opinion will be provided in a subsequent episode, edition or forthcoming programme.

RULE 5.4: SIGNIFICANT MISTAKES IN NEWS OR FACTUAL CONTENT MUST BE ACKNOWLEDGED AND CORRECTED QUICKLY. CORRECTIONS MUST BE GIVEN APPROPRIATE PROMINENCE AND SCHEDULED, PLACED OR PUBLISHED TO REACH A SIMILAR AUDIENCE TO THE ITEM THAT INCLUDED THE MISTAKE/S

Licensees should ensure that news content is accurate. Accuracy means getting the facts right. Particular care should be taken not to distort known facts, present false information or to knowingly do anything to mislead audiences. Licensees should research material to ensure accuracy prior to dissemination.

Factual errors and mistakes must be acknowledged and corrected quickly and corrections should be given appropriate prominence. In audio-visual content, this will be represented by appropriate scheduling and, in printed matter, by placing the correction with due prominence.

RULE 5.5: VIEWS AND FACTS MUST NOT BE MISREPRESENTED. OPINION MUST BE CLEARLY DISTINGUISHED FROM FACT IN ALL FACTUAL CONTENT

Licensees may allow a wide range of individuals, groups or organisations to offer a personal view or opinion, express a belief, or advance a contentious argument in content provided that those views comply with the Code. However, it is important that licensees take appropriate steps to signal when items of content

مادة 5.3: لا يجب أن تولي وسائل الإعلام الخطية المرئية والمسموعة أهمية مفرطة لوجهات نظر وآراء أشخاص معينين أو هيئات معينة حول قضايا سياسية أو صناعية مثيرة للجدل.

وتعني الأهمية المفرطة للآراء ووجهات النظر عدم توازن بالغ لوجهات النظر عند تغطية قضايا تعنى بمسائل سياسية أو صناعية مثيرة للجدل أو الحساسية. ولتفادي الأهمية المفرطة، يمكن توفير وجهات نظر مساوية أو بديلة في المحتوى نفسه، أو إبرازها في وقت إضافي خلال سلسلة من المواد. قد يكون من المفيد في بعض الأحيان لفت انتباه الجمهور إلى أنه سيكشف عن رأي مضاف في الحلقة أو النشرة المقبلة، أو البرنامج القادم.

مادة 5.4: يجب تدارك الأخطاء الجسيمة التي ترد في نشرات الأخبار أو المحتوى المبنيّة على الحقائق وتصحيحها بشكلٍ سريع. ويجب الإلتزام بإعطاء نفس القدر من الأهمية للتصحيحات ذات الصلة، ونشرها وبثّها مع الحرص على أن تصل إلى نفس الجمهور الذي تلقى المحتوى المغلوط.

يتوجب على الجهات المرخص لها الحرص على أن يكون المحتوى الخاص بالأخبار دقيقاً. ونعني بالدقة نقل الوقائع بشكل صحيح. فيجب توخي العناية بشكل خاص تفاعلياً لتحريف الحقائق المعروفة وتقديم معلومات خاطئة أو القيام بأي عمل طوعي يهدف إلى تضليل الجمهور. يجب على الجهات المرخص لها إجراء الأبحاث حول المواد للتأكد من دقتها وذلك قبل النشر والبث.

ويجب الإعتراف بالأخطاء الواقعية وتصحيحها على الفور كما يجب إبرازها بشكل مناسب. في المحتوى المرئي والمسموع، يتم ذلك من خلال الجدولة المناسبة، أما في الإعلام المطبوع، فيكون من خلال عرض الأخطاء بطريقة بارزة ومناسبة.

مادة 5.5: يجب عدم سوء تفسير وجهات النظر والوقائع. كما يجب التمييز بوضوح بين الآراء والوقائع التي تتخللها المحتوى الواقعية.

يمكن للجهات المرخص لها السماح لمجموعة واسعة من الأشخاص أو الجماعات أو المنظمات إبداء آرائها، أو التعبير عن معتقد، أو تقديم حجج جدلية في المحتوى بشرط أن تتوافق تلك الآراء مع اللائحة على الرغم من ذلك، يجب على الجهات المرخص لها اتخاذ الخطوات المناسبة للتنبيه عند ورود مواد في المحتوى من نسج التأليف و/أو

are authored and/or contain personal views, to enable viewers to distinguish personal opinion from fact.

RULE 5.6: FACTUAL CONTENT MUST NOT MISLEAD THE AUDIENCE. ANY PERSONAL AND FINANCIAL INTERESTS MUST BE DISCLOSED

Personal interests of a reporter or presenter which could call into question the due impartiality of the content (which they present or are featured in) should be made clear to the audience. Such interests include close connections to a political party or financial interests associated with a financial institution, or a company.

RULE 5.7: WITH REGARD TO AUDIENCE CONFIDENCE, LICENSEES HAVE A DUTY TO ENSURE THAT AUDIENCES ARE NOT MISLED OR DECEIVED BY THE NATURE OF THE CONTENT THEY DISSEMINATE. IF IT IS CLAIMED OR IMPLIED THAT CONTENT IS REAL OR WHAT ACTUALLY OCCURRED, THIS MUST BE MADE CLEAR TO THE AUDIENCE. IT IS NOT ACCEPTABLE TO PRESENT SOMETHING AS HAVING OCCURRED IF IT DID NOT E.G. LICENSEE'S SHOULD NOT STAGE, RECONSTRUCT, RE-ENACT OR RE-ORDER EVENTS OR OTHERWISE FAKE ANY SCENES AND PASS THEM OFF TO THE AUDIENCE AS REAL EVENTS.

It is a fundamental requirement that audiences should not be misled in the portrayal of factual matters. Whether an item of content is misleading depends on a number of factors such as the context, the editorial approach taken, the nature of the misleading material and above all what the potential effect could be, or what harm or offence has occurred.

If it is claimed or suggested that footage is real, then that is what it should be; if it is not, then it must be made clear to viewers. Licensees must also ensure that factual content is accurate and be able to substantiate its accuracy, as appropriate. This includes claims by interviewees which may sometimes need to be corroborated.

آراء شخصية، وذلك لتمكين المشاهدين من التمييز بين الوقائع والآراء الشخصية.

مادة 5.6: على المحتوى الوقائعي أن لا يقوم بتضليل الجمهور، ولا بد من الكشف عن أية مصالح شخصية أو مالية.

يجب التوضيح للجمهور عند وجود أية مصالح شخصية للمراسل أو المقدم قد تستدعي الشك حول الحيادية الواجبة للمحتوى (الذي يتولى تقديمه أو يظهر خلاله). وتشمل تلك المصالح صلات وثيقة بحزب سياسي أو مصالح مالية مرتبطة بمؤسسة مالية أو شركة.

مادة 5.7: في ما يتعلق بمبدأ ثقة الجمهور، فإنه من واجب الجهات المرخص لها أن تتأكد من أن المحتوى المعد للنشر والبيث لن يؤدي إلى تضليل أو خداع الجمهور، إذا تم الادعاء أو التلميح إلى أن المحتوى واقعي أو يعكس حقيقة أحداث قد وقعت بالفعل، فيتحتّم على الجهات المرخص لها توضيح ذلك للجمهور؛ ولا يجوز عرض محتوى معين على أنه قد حدث بالفعل فيما أنه لم يحدث على أرض الواقع: مثلاً، لا يجوز للجهات المرخص لها أن تقوم بابتكار أو إعادة ترتيب أو إعادة تمثيل أو إعادة تسلسل أو إدراج مشاهد وهمية وإقناع الجمهور بأنها أحداث واقعية.

يعدّ شرطاً أساسياً عدم تضليل الجمهور في عرض مسائل مبنية على الوقائع. ويتوقف اعتبار مادة ما في المحتوى على أنها مضللة على عدد من العوامل كالسياق، والمقاربة التحريرية المتبعة، وطبيعة المادة المضللة، وفوق كل شيء احتمال التأثير الذي قد ينتج عن ذلك، أو الأذى أو الإساءة الناتجة.

في حال تمّ الإدعاء أو الإيحاء بأن اللقطات المعروضة حقيقية، فلا بدّ من أن تكون كذلك؛ أما في حال العكس، فيجب توضيح الطبيعة غير الواقعية للجمهور. على الجهات المرخص لها أيضاً الحرص على دقة المحتوى المبني على الوقائع، كما عليها أن تتأكد من إثبات دقته بالشكل المناسب. ويتضمن ذلك ادعاءات من قبل الضيوف التي يجب في بعض الأحيان التأكد منها.

RULE 6: FAIRNESS

مادة (6): الإنصاف

Licensees are responsible for determining how they achieve fairness but Rule 6 on Fairness and Rule 7 on Privacy provide licensees with information about the standards they must adhere to when dealing with individuals or organisations either in the production of content and/or in content that has directly affected them.

تقع مسؤولية تحديد كيفية تحقيق العدل والإنصاف على الجهات المرخص لها ولكن المادة (6) التي تعنى بذلك والمادة (7) الخاصة بالخصوصية تزود الجهات المرخص لها بمعلومات حول المعايير التي يجب الإلتزام بها عند التعامل مع أشخاص أو مؤسسات إما في مجال إنتاج المحتوى و/أو المحتوى الذي كان له تأثير مباشر عليهم

RULE 6.1: BEFORE DISSEMINATING FACTUAL CONTENT, LICENSEES MUST TAKE REASONABLE CARE TO ACCURATELY ENSURE THAT MATERIAL FACTS HAVE NOT BEEN PRESENTED, EDITED OR OMITTED IN A WAY THAT IS UNFAIR TO AN INDIVIDUAL OR ORGANISATION

Fairness and accuracy go hand in hand. If content is inaccurate, it is likely to be unfair to the people featured or referred to in it. Ensuring content is accurate, therefore, is of paramount importance.

Content that refers to real people, organisations or events, even indirectly, should be thoroughly researched with material facts checked, and where appropriate, corroborated.

The unfair treatment of individuals or organisations in content should be avoided. Please see the guidance for Rule 6.5 on page 33 for more information about ensuring fairness.

مادة 6.1: قبل أن تقوم الجهات المرخص لها بنشر وبث المحتوى، عليها أن تتخذ الإجراءات المناسبة حرصاً على أن لا يتم عرض وحذف جزء أو إعادة تحرير الوقائع بطريقة غير منصفة بحق أي فرد أو مؤسسة.

لا بد من الذكر أن الإنصاف والدقة تتوافقان يداً بيد. فإن كان المحتوى لا يتسم بالدقة، فلا بد أن يكون غير منصف بحق الأشخاص الظاهرين أو المشار إليهم خلاله. لذلك، تنسب أهمية قصوى للحرص على دقة المحتوى.

إن المحتوى الذي يدور، حتى ولو بطريقة غير مباشرة، حول أشخاص حقيقيين أو منظمات أو أحداث، يتطلب بحثاً عميقاً إلى جانب التحقق من الوقائع، والقدرة على إثباتها عند الحاجة.

يجب تجنب المعاملة غير العادلة والمنصفة للأشخاص أو المنظمات ضمن المحتوى. الرجاء مراجعة التعليمات المذكورة في المادة 6.5 في الصفحة 33 لمزيد من المعلومات حول ضمان الإنصاف.

RULE 6.2: WHERE SIGNIFICANT ALLEGATIONS ARE MADE AGAINST ANY INDIVIDUAL OR ORGANISATION, THOSE CONCERNED MUST BE GIVEN AN APPROPRIATE AND TIMELY OPPORTUNITY TO RESPOND TO THOSE ALLEGATIONS

Seeking an appropriate response from individuals and organisations who are the subject of significant allegations or criticism is an essential part of the fact-checking process and ensuring accuracy; it is also a cornerstone of responsible journalism.

If content intended for dissemination makes significant allegations against an individual or organization, those concerned should be allowed to respond and defend

مادة 6.2: في حال توجيه أي ادعاء بليغ ضد أي فرد أو منظمة، يجب منح الجهات المعنية الفرصة المناسبة والوقت الكافي للرد على هذه الإدعاءات.

يعتبر طلب الرد المناسب من قبل الأفراد والمنظمات التي كانت عرضة للإدعاءات أو الانتقادات البليغة جزءاً أساسياً من عملية التحقق من الوقائع وضمان الإنصاف؛ كما يعد حجر الأساس للصحافة المسؤولة.

في حال وجّه المحتوى المعدّ للنشر والبث ادعاءات بليغة ضد فرد أو منظمة، يحق للجهات المعنية الرد على ذلك والدفاع عن نفسها. يجب

themselves. These individuals and/or organisations must be given sufficient information concerning the arguments and evidence to be included in the content to enable them to respond properly. The licensee should ensure that the published content fairly represents the substance of any response submitted by the relevant individual and/or organization.

When seeking a response licensees need to consider how they achieve fairness. In most cases, the subject of the allegations should be given:

- a summary of the nature and format of the content;
- information about where and when the content is to be disseminated;
- a summary of all material allegations and/or criticisms or statements to be included in the content that could result in unfairness to them; and
- an invitation to respond by a particular date.

It is not normally necessary, in the interests of fairness, to reproduce an individual's or organisation's response in its entirety. However, if a licensee edits a response that has been provided, they have a responsibility to ensure it accurately reflects the key points that were made.

Where an individual or organization withdraws their proposed response, there is still an obligation to achieve fairness under the Code. This does not mean that the response should be included against the individual's or organisation's wishes. However, licensees should, where possible, explain the reasons for the absence of a contribution, and reflect any material facts in relation to the position of the individual or organization in the content, if it would be unfair not to do so.

Anyone has the right to refuse to participate in content, but the refusal of an individual or organization to take part need not normally prevent the content from being disseminated. There may be instances where the licensee considers it can justify the inclusion of the content without including a response to the allegations.

تزويد هؤلاء الأشخاص و/أو المنظمات بمعلومات كافية حول الحجج والبراهين التي سترد في المحتوى وذلك لتمكينهم من الرد بالشكل الملائم. وعلى الجهات المرخص لها الحرص على أن يبين المحتوى المنشور بإنصاف جوهر أي ردّ يقدّم من قبل الأفراد و/أو المنظمات المعنية.

يجب على الجهات المرخص لها التفكير في كيفية تحقيق الإنصاف عند طلبها لأي ردّ. ففي أغلب الأحيان، يجب إعطاء من كانوا عرضة للإدعاءات التالي:

- موجزاً عن طبيعة المحتوى وتصميمه؛
- معلومات حول مكان وتوقيت نشر وبتّ المحتوى؛
- موجزاً عن كافة المواد الخاصة بالإدعاءات والانتقادات أو التصاريح الواردة في المحتوى والتي من الممكن أن تضعهم في موقف الظلم؛ و
- دعوة للردّ في تاريخ محدّد

ليس ضرورياً في الإجمال نسخ ردّ فرد أو منظمة ما بكامله لخدمة تطبيق الإنصاف. إلا أنه في حال قامت الجهات المرخص لها بتحرير الردّ المقدّم، فتتحمل مسؤولية ضمان نقل النقاط الأساسية للردّ بدقة كاملة.

في حال قرّر الفرد أو المنظمة سحب ردّهم المقترح، لا يلغي ذلك الالتزام بتحقيق الإنصاف بموجب اللائحة. ولا يعني ذلك أنه يجب تضمين المحتوى على الردّ رغماً عن طلب الأفراد أو المنظمات، ولكن، يجب على الجهات المرخص لها إذا أمكن، شرح أسباب تحفظهم، وعرض أية وقائع متعلقة بموقف الفرد أو المنظمة ضمن المحتوى، فقط في حال كان من غير المنصف عدم القيام بذلك.

يحقّ لأي شخص رفض المشاركة في محتوى ما، غير أن رفض الفرد أو المنظمة المشاركة لا يعيق عادةً نشر وبتّ المحتوى. ففي بعض الحالات، يمكن للجهات المرخص لها التفكير في تبرير مضمون المحتوى دون تضمينه على ردّ على الإدعاءات. ويجب عليها أن تولي

Careful consideration will need to be given by the licensee to the facts of each case and a decision made as to whether the content should be included without a particular response being included.

اهتماماً خاصاً لحقائق كلّ قضية والقرار المتخذ حول ما إذا كان يجب تضمين المحتوى دون اشتماله على الردّ.

RULE 6.3: LICENSEES MUST OBTAIN THE INFORMED CONSENT OF POTENTIAL CONTRIBUTORS BEFORE INCLUDING THEM. EXCEPTIONALLY, IT MAY NOT BE NECESSARY TO DO SO, FOR EXAMPLE BECAUSE IT WOULD BE BENEFICIAL TO SOCIETY FOR THE PURPOSES OF EXPOSING: crime, corruption, antisocial behaviour, injustice or serious impropriety; protecting public health or safety; exposing lies; hypocrisy or materially misleading claims made by individuals or organisations; disclosing incompetence, negligence or dereliction of duty that affects the public

مادة 6.3: يجب على الجهات المرخص لها الحصول على الموافقة المبينة على دراية كاملة من جميع المساهمين المحتمل مشاركتهم وذلك قبل ضمهم إلى المحتوى؛ إلا في بعض الحالات الإستثنائية التي لا تتطلب الحصول على تلك الموافقات خدمة لمصالح المجتمع: أي عند الكشف عن الجرائم والفساد والسلوك المعادي للمجتمع والظلم والمخالفات الجسيمة وحماية الصحة العامة والأمن العام وفضح حالات التزوير والكذب والنفاق والإدعاءات المضللة الصادرة عن أفراد أو منظمات وكشف حالات انعدام الكفاءة والإهمال والتقصير في أداء الواجب الذي يؤثر على الشعب.

MEANING OF CONTRIBUTORS:

Contributors include organisations and/or individuals who have been interviewed or filmed for inclusion in the content. In addition to oral interviews, contributions may include written statements, oral statements or comments. (See the guidance for Rule 6.5 on page 33 for more information regarding informed consent).

تعريف المشاركين في المحتوى:

يشمل المشاركون أفراداً و/أو منظمات جرت مقابلتهم أو تصويرهم لتضمين ذلك في المحتوى. فضلاً عن المقابلات الشفهية، قد تشمل المشاركات تصاريح خطية أو شفهية أو تعليقات. (لمزيد من المعلومات حول الموافقة المبينة على دراية كاملة، راجع التعليمات حول المادة 6.5 في الصفحة 33).

RULE 6.4: LICENSEES MUST AVOID UNFAIRNESS IN THE RE-USE OF MATERIAL OR IN USING MATERIAL OBTAINED FROM OTHERS

Licensees must take care when editing contributions to ensure that they are represented fairly, and that the re-use or re-versioning of material gathered for another purpose does not create unfairness.

When incorporating archive material of individuals or organisations that has been filmed or recorded for another purpose, licensees must ensure that the incorporation of this material in different content does not result in unfairness or an unwarranted infringement of privacy. For example, it would be unfair to use footage of identifiable teenagers who had originally agreed to be recorded for a news item about exam results in an entirely different context (i.e. in an item about reckless teenage drivers. In such a situation the teenagers could argue that they had not knowingly or

مادة 6.4: يجب على الجهات المرخص لها التزام بكامل مبادئ العدل والإنصاف عند إعادة استعمال المواد الإعلامية أو لدى استعمال مواد تمّ الحصول عليها من مصادر أخرى.

يتوجب على الجهات المرخص لها الإنتباه جيداً عند تحرير المشاركات وذلك من أجل الحرص على عرضها بإنصاف، وضمان أن إعادة استعمال أو إعادة نصّ المواد المجمّعة لغرض آخر لا تسبّب أي نوع من عدم الإنصاف.

عند تضمين المحتوى على مواد مستخرجة من الأرشيف حول أفراد أو منظمات تمّ تصويرهم أو تسجيل ردودهم لغرض آخر، يجب على الجهات المرخص لها الحرص على أن لا يتسبّب المحتوى الذي يضمّ هذه المواد الخاصة بمحتوى آخر أي نوع من الغبن أو أي انتهاك غير مبرّر للخصوصية. على سبيل المثال، قد يكون من غير المنصف استعمال لقطات عن مراهقين يمكن التعرف عليهم قد قاموا مسبقاً بالموافقة على تصويرهم لخدمة مادة إخبارية حول نتائج الإمتحانات، وتضمينها في محتوى مختلف كلّ الإختلاف عن ذلك، أي في محتوى عن مشكلة تهوّر السائقين المراهقين. في مثل هذه الحالة، يمكن للمراهقين المعنيين الاعتراض لأنهم قد شاركوا دون علمهم في

otherwise contributed to an item on reckless driving and the item in question was therefore unfair to them).

موضوع عن القيادة المتهورّة وأن هذا الموضوع المذكور كان غير عادلٍ تجاههم.

RULE 6.5: LICENSEES MUST AVOID UNJUST OR UNFAIR TREATMENT OF CONTRIBUTORS PARTICIPATING IN CONTENT. DEALING FAIRLY WITH CONTRIBUTORS WILL USUALLY INCLUDE, BUT IS NOT LIMITED TO, THE FOLLOWING PRACTICES:

(a) contributors must be told (except where the subject matter is not significant or their participation minor) the nature of the content, including where and when the content will first be disseminated, the nature of their involvement and contribution, and the likely areas of questioning;

(b) where contributors are not in a position to give informed consent (for example because they are children under the age of 15, or are mentally impaired) consent must be obtained from a person over 18 with responsibility for their care (such as a parent, guardian or primary carer);

(c) guarantees given to contributors e.g. regarding confidentiality or anonymity, or about whether they will be able to effect any changes to or preview material before it is disseminated, should be honoured; and

(d) material must be edited fairly i.e. contributions should not be edited in such a way that misrepresents what they actually said or did, including by omission. Where a person who has been approached for a contribution refuses to participate, this must be made clear in the content, if it would be unfair not to do so

When individuals or organisations consent to take part in content, it does not mean that they waive their rights to being treated fairly. Licensees should be fair and straightforward in their dealings with contributors.

Dealing fairly with contributors will usually include, but is not limited to, the following practices:

- obtaining the informed consent of contributors by providing them with information about the content including the subject matter of the content, when it will be first disseminated; the nature of their involvement and contribution;

مادة 6.5: يجب على الجهات المرخص لها أن تتجنّب أية معاملة غير عادلة وغير منصفة عند التعامل مع المشاركين في المحتوى. يشمل التعامل المنصف مع المشاركين دون الحصر:

أ- إطلاع المشاركين على طبيعة المحتوى (إلا في حال كان الموضوع المتناول غير مهم أو أن مساهمتهم في المحتوى ثانوية) كما يجب إطلاعهم على موعد ومكان النشر والبت، على طبيعة مشاركتهم، والمجالات التي ستطرّق إليها الأسئلة التي ستطرح عليهم؛

ب- في حال عجز أو عدم أهلية المشاركين عن تقديم موافقة مبنية على دراية كاملة (لأنهم دون الخامسة عشر من العمر أو أنهم يعانون من حالة عقلية غير سليمة مثلاً) يتعيّن الحصول على موافقة شخص مسؤول عن رعايتهم يبلغ ما فوق الثمانية عشر عاماً (كأحد الوالدين أو الوصي أو الراعي الأول)؛

ج- يجب احترام الضمانات التي تُمنح للمشاركين، ومنها السرية أو إخفاء الهوية إلى جانب إمكانية إدخالهم لأية تغييرات على المحتوى أو مراجعة المواد قبل نشرها وبتّها؛ و

د- يجب تحرير المواد بإنصاف، أي أنه لا يجوز تعديل المساهمات بشكلٍ يسيء نقل ما قاله أو فعله المشاركون، ما يشمل أيضاً حذف بعض المواد. وفي حال رفض شخص ما التعليق بعد أن طلب من ذلك، فيجب توضيح هذا التفصيل في المحتوى لضمان الإنصاف.

حين يوافق الأفراد أو المنظمات على المشاركة في المحتوى، فلا يعني ذلك تخليهم عن حقّ المعاملة العادلة. يجب أن تكون الجهات المرخص لها عادلة وصرّيحة في تعاملها مع المشاركين.

إن المعاملة العادلة مع المشترّكين تتضمّن عادة ولكنها غير قاصرة على التالي:

- الحصول على الموافقة المبنية على دراية كاملة من المشاركين وذلك من خلال تزويدهم بالمعلومات عن المحتوى بما في ذلك الموضوع المتناول، وموعد نشره وبتّه للمرة الأولى، وطبيعة مشاركتهم، ونوعية ما قد يطرح عليهم

and the types of things they may be asked to discuss (please also refer to the guidance to Rule 1.3 on page 7 for specific reference to children as contributors);

- if the subject matter is trivial or someone's participation minor, it may not be necessary to obtain their informed consent (e.g. they are only in the background of an informal interview on the street or in a shopping mall in what is generically referred to as a "vox-pop");
- contributors must be made aware of any significant changes to the content as it develops which might reasonably affect their original consent to participate, and which might cause material unfairness;
- guarantees given to contributors about how their contribution will be used should be honoured. Licensees should be clear about exactly what the contributor expects (e.g. if a contributor asks for anonymity, do they expect total anonymity so that they are not even recognizable by those that know them well, or simply a disguise that would prevent the wider audience from recognising them. Or are they concerned about their real voice being heard?) Licensees should agree the specific terms of any guarantees and ensure the contributor understands exactly how their contribution will be used in circumstances where the protection of a contributor's identity is of particular importance, licensees must ensure that the protection offered is sufficient to make identification impossible;
- if guarantees are given about whether the contributor will be able to make any changes to their contribution, or that they can preview content before it is disseminated, then those guarantees should be honoured;
- where contributors are not in a position to give informed consent (for example because they are children under the age of 15 or are mentally

من أسئلة للمناقشة (الرجاء مراجعة التعليمات الخاصة بالمادة 1.3 في الصفحة 7 للتفاصيل الخاصة بالمشاركين الأطفال)؛

• في حال كان الموضوع المتناول قليل الأهمية أو إن كانت مشاركة الفرد أو المنظمة ثانوية، قد لا يكون من الضروري الحصول على موافقتهم المبنية على دراية كاملة. إن ظهوروا مثلاً في الخلفية خلال مقابلة غير رسمية في الشارع أو في مركز للتسوق، أي ما يشار إليه إجمالاً بـ (vox-pop)؛

• يجب إطلاع المشاركين على أي تغيير مهم في المحتوى أثناء إنتاجه، من شأنه أن يؤثر على موافقتهم الأصلية على المشاركة، والذي قد يعطي صفة عدم الإنصاف للمادة المعروضة؛

• يجب احترام الضمانات المقدمة للمشاركين حول كيفية استعمال مشاركتهم. يجب على الجهات المرخص لها أن تكون على علم كامل بما قد يتوقعه منها المشارك، مثلاً إذا طالب مشارك عدم الكشف عن هويته، فهل يقصد فعلاً عدم الكشف التام أي بهدف أن لا يتم التعرف عليه من قبل المقربين إليه، أو يقصد ببساطة التتكر الذي يحول دون تعرف الجمهور الأوسع عليه. أو هل يقلقه أن يُنقل صوته الحقيقي؟ لذلك يجب على الجهات المرخص لها الإتفاق على الشروط المحددة لأية ضمانات والحرص على أن المشارك يفهم بالتحديد كيف سستعمل مشاركتهم في الحالات حيث تكون حماية هوية المشارك مهمة جداً. على الجهات المرخص لها الحرص على أن تكون الحماية المقدمة كافية للحؤول دون إمكانية التعرف على المشارك؛

• في حال منحت ضمانات حول إمكانية المشارك إجراء بعض التعديلات على مشاركتهم، أو إن كان بإمكانه معاينة المحتوى قبل نشره وبثه، فيجب بالتالي احترام هذه الضمانات؛

• عند عجز المشاركين عن إعطاء موافقتهم المبنية على دراية كاملة (لأنهم مثلاً أطفال دون السادسة عشر من العمر أو إن كانوا يعانون من اختلال عقلي)، يجب حينها الحصول على

impaired), consent must be obtained from a person of 18 years of age or over with responsibility for the contributor's care (such as a parent, guardian, or primary carer); and

موافقة شخص مسؤول عن العناية به، أو عمره ثمانية عشر عاماً أو ما فوق (كأحد الوالدين أو الوصي أو الراعي الأول)؛ و

individuals or organisations that are approached for a contribution may choose to make no comment or refuse to participate. That is their right and the material should make it clear that they have chosen not to appear or provide a contribution if it would be unfair not to do so. The refusal of any individual or organization to take part would not necessarily prevent the material from going ahead. However, where material represents the views of individuals or organisations that are not contributing, this must be done fairly i.e. it should be accurate and not misrepresentative (please also see the Guidance for Rule 6.2 on page 31).

• يمكن للأفراد أو المنظمات التي طلب منهم المشاركة اختيار عدم التعليق أو رفض المشاركة. فذلك هو حقهم ويجب على المحتوى أن يوضح أنهم اختاروا عدم الظهور أو المشاركة في حال بدى من غير المنصف عدم القيام بذلك. ولا يحول بالضرورة رفض أي فرد أو منظمة المشاركة دون استمرار سير عرض المادة. إلا أنه حين تعكس المواد وجهات نظر الأفراد و/أو المنظمات غير المشاركة، فيجب أن يتم ذلك بإنصاف أي أن يكون نقلها دقيقاً وغير محرّف. (الرجاء مراجعة التعليمات الإرشادية للمادة 6.2 ف الصفحة 31).

RULE 7: PRIVACY

مادة (7): الخصوصية

Licensees should be aware of the very high degree of protection afforded to individuals' privacy in the UAE legislation and in the wider region. In particular, licensees must ensure they are fully aware of the provisions in the Federal Law including the Penal Code and must be respectful of the region's cultural practices in relation to privacy.

يجب أن تكون الجهات المرخص لها على دراية كاملة بالمقدار العالي من حماية الخصوصية المتوفرة للأفراد وفقاً لقانون الإمارات العربية المتحدة والمناطق المحيطة. ويجب على الجهات المرخص لها الحرص بشكل خاص على إدراكها الكامل لأحكام القانون الإتحادي الذي يشمل قانون العقوبات كما يجب أن تحترم الممارسات الثقافية للمنطقة بشأن الخصوصية.

Meaning of infringement of privacy

تعريف انتهاك الخصوصية:

An individual's privacy may be infringed by revealing to third parties private information about them (e.g. details of their family life) without the individual's consent. In addition, information which discloses the location of a person's home or family should not be revealed without permission.

يمكن انتهاك خصوصية شخص ما عبر الكشف لأطراف ثالثة عن معلومات خاصة به (مثلاً تفاصيل عن حياته العائلية) دون موافقته. إضافة إلى ذلك، لا يجب الكشف دون إذن عن معلومات حول مكان إقامة الشخص أو عائلته.

RULE 7.1: LICENSEES MUST NOT KNOWINGLY DISCUSS OR REVEAL, THROUGH MEANS OF NEWS, COMMENTS OR IMAGES, THE SECRETS OF INDIVIDUALS' FAMILIAL OR PRIVATE LIVES. APPROPRIATE MEASURES MUST BE TAKEN BY

مادة 7.1: لا يجب على الجهات المرخص لها المناقشة أو الإفصاح بصورة غير متعمدة سواء من خلال الوسائل الإخبارية، أو التعليقات أو الصور، عن الأسرار العائلية أو الشخصية للأفراد، كما يجب أن تتخذ الجهات

LICENSEES WHEN CREATING CONTENT TO ADEQUATELY PROTECT PEOPLE'S PRIVACY.

UAE law sets out that the discussion or revelation of an individual's private life without their permission is prohibited. Licensees should therefore take all reasonable and appropriate steps when filming in public places not to reveal details or secrets of an individual's private and familial life.

People have a right to privacy in private places. Licensees should not reveal information which discloses the precise location of a person's or their family's home without their consent. Similarly they should not film or record individuals at their homes without prior consent.

Whilst it would be virtually impossible to guarantee an individual's privacy in a public place, it is important that licensees do not focus on individuals and offer only a 'passer-by' view of individuals (when filming in public places). Licensees must not knowingly focus on an individual thereby increasing the likelihood that they would be identifiable to those that know them without that individual's consent.

To further reduce the likelihood of invading an individual's privacy when filming in public (e.g. on the street, in a park, on a public highway) or semi-public places (e.g. in restaurants, shops) licensees should take note of the following:

- film openly in public places and not surreptitiously (e.g. using a long lens or hidden recording equipment). When filming in public places take reasonable steps to make people aware that they are being recorded to allow them to avoid the cameras (if they should wish to do so);
- not focus on any one individual for an unnecessarily long period of time unless they are the focus of a particular story (in which case consent will normally need to be obtained);

المرخص لها الإجراءات اللازمة عند ابتكار أي محتوى لحماية خصوصية الأفراد بشكل مناسب.

يوجب القانون في الإمارات العربية المتحدة عدم مناقشة أو الكشف عن حياة الأفراد الشخصية دون علمهم ويعتبر هذا الأمر محظور. لذلك، يجب على الجهات المرخص لها اتخاذ كافة التدابير اللازمة والمعقولة عند التصوير في الأماكن العامة وذلك لعدم الكشف عن تفاصيل أو أسرار حياة الأفراد الشخصية والعائلية.

يملك الأفراد حقّ التمتع بالخصوصية في الأماكن الخاصة. على الجهات المرخص لها عدم الكشف عن معلومات تشير الى مكان سكن الاشخاص وعوائلهم دون موافقة مسبقة، ولا يجب أيضاً تصوير أو تسجيل الأشخاص داخل منازلهم دون موافقتهم.

في حين أنه يتعذر فعلياً ضمان خصوصية الفرد في الأماكن العامة، من الضروري أن لا تركز الجهات المرخص لها على الأفراد وإنما عرض لمحة سريعة عنهم (أثناء التصوير في الأماكن العامة). لا يجب على الجهات المرخص لها التركيز على شخص بطريقة تزيد من إمكانية التعرف عليه من قبل من معارفه وذلك من دون موافقته.

للحدّ من احتمال التعدي على خصوصية الأفراد أثناء التصوير في الأماكن العامة (مثلاً في الشارع أو في الحديقة العامة أو الطريق السريع) أو في الأماكن شبه العامة (مثلاً في المطاعم والمحلات)، يجب على الجهات المرخص لها أخذ التالي بعين الاعتبار:

- التصوير بطريقة علنية في الأماكن العامة وليس خلسة (أي باستعمال العدسات الطويلة أو أدوات تسجيل خفية). اتخاذ كافة التدابير المعقولة لإعلام الناس أثناء التصوير في الأماكن العامة بأنه يتم تصويرهم وذلك ليتمكنوا من تجنب الكاميرات (عند رغبتهم بذلك)؛
- عدم التركيز على أي شخص لوقت طويل بلا داع إلا في حال كان محور قصة معينة (في هذه الحالة يجب إجمالاً الحصول على موافقته للقيام بذلك)؛

- not continue filming when participants think that filming has stopped (or are likely to believe that it has);
- if an individual or organization asks the person gathering the material to stop recording, the licensee should normally do so, unless it is editorially justified to continue – e.g. at a live news event;
- if an individual attempts to avoid the cameras and appears upset at being filmed or recorded, licensees should normally stop filming them unless it is editorially justified to continue (e.g. they are the subject of an investigation involving a public interest defense such as exposing public health and safety issues); and
- individuals who have *inadvertently or accidentally* featured prominently in recordings or photographs should be disguised unless they have expressly given their consent (to be identified). Licensees can disguise individuals using a number of techniques including pixilating an individual's face and/or distorting their voice etc.

التوقف عن التصوير في اللحظة التي يظنّ فيها الأفراد أن التصوير قد انتهى (أو عند احتمال اعتقادهم ذلك)؛

في حال طلب الفرد أو المنظمة من الشخص المعدّ للمادة إيقاف التسجيل، يجب على الجهات المرخص لها إجمالاً الإذعان لطلبه، إلا في حال كانت متابعة التسجيل تملك مبررات الجهات المرخص لها – مثلاً أثناء التصوير المباشر لحدث إخباري؛

في حال حاول الأفراد تجنب الكاميرات أو إبداء انزعاجهم من كونهم يصورون، يتوجب على الجهات المرخص لها عادة التوقف عن التصوير إلا في حال كانت متابعة التسجيل تملك مبررات الجهات المرخص لها (مثلاً، إن كانوا محور تحرّ يشمل الدفاع عن المصلحة العامة كعرض مسائل تعنى بالصحة والسلامة العامة)؛

يجب تمويه التسجيلات أو الصور الفوتوغرافية لأشخاص يظهرون بشكل بارز عن غير قصد أو بالصدفة إلا في حال الحصول على موافقتهم (للتعرف عليهم). يمكن للجهات المرخص لها تمويه ظهور الأفراد من خلال استعمال العديد من التقنيات بما في ذلك تمويه صورة الوجه بالبكسل و/أو تشويه الصوت، إلخ.

RULE 7.2: ANY INTENTIONAL INFRINGEMENT OF PRIVACY IN CONTENT MUST BE WARRANTED. THIS INCLUDES USER GENERATED CONTENT, OBTAINING MATERIAL TO BE INCLUDED IN CONTENT AND THE RE-USE OR RE-VERSIONING OF CONTENT. To justify an infringement of privacy as "warranted", licensees must be able to demonstrate why, in the particular circumstances, it is warranted. If it is said to be "in the public interest" then licensees need to demonstrate that the public interest outweighs the right to privacy (examples of public interest are set out in Rule 6.3 (above))

مادة 7.2: يجب تبرير أي انتهاك متعمد للخصوصية في المحتوى (بما في ذلك المحتوى المعد من قبل المستخدم) أو ما هو مرتبط بالحصول على المادة الإعلامية لضمها في المحتوى وكذلك إعادة استخدام أو إعادة صياغة المحتوى. (لتبرير بعض حالات انتهاك الخصوصية، على الجهات المرخص أن تبرهن قدرتها على التبرير في بعض الحالات الاستثنائية. وإذا ادعت بأن انتهاك الخصوصية يصب في "المصلحة العامة" فيجب على الجهات المرخص لها أن تثبت أن المصلحة العامة في هذه الحال تفوق فعلاً بأهميتها مخالفة مبادئ الخصوصية الفردية (يرجى مراجعة الأمثلة عن المصلحة العامة الوارد ذكرها في المادة 6.3 أعلاه).

MEANING OF WARRANTED INFRINGEMENT:

In very rare circumstances where an infringement of privacy may be warranted, the public interest must outweigh the privacy infringement.

تعريف الإنتهاك المبرر:

يجوز تبرير انتهاك الخصوصية في ظروف نادرة جداً حيث يجب أن تفوق المصلحة العامة بأهميتها على مسألة انتهاك الخصوصية.

When gathering material, licensees should not knowingly infringe privacy unless justified by a clear public interest, or unless they have obtained consent to do so. Similarly, licensees should not disseminate content that has infringed privacy unless there is a strong public interest which outweighs the infringement of privacy.

To say it is "in the public interest" means that it is beneficial to the well-being or interests of the public or society generally.

MEANING OF PUBLIC INTEREST:

In judging whether any knowing intrusion into privacy is warranted, the CMA will look for a clear and compelling public interest justification. This could be under one of the following headings:

- exposing or detecting crime;
- exposing significantly anti-social behaviour;
- exposing corruption or injustice;
- disclosing significant incompetence or negligence
- protecting public health and safety;
- preventing the public from being misled by some statement or action of an individual or organization; and
- disclosing information that allows the public to make a significantly more informed decision about matters of public importance.

عند تجميع المواد، لا يجب على الجهات المرخص لها انتهاك الخصوصية إلا في حال كان ذلك مبرراً على حساب مصلحة عامة واضحة، أو في حال حصول الجهات المذكورة على الموافقة للقيام بذلك. كما لا يجب على الجهات المرخص لها أيضاً نشر وبت محتوى سبق وانتهك الخصوصية إلا إذا كان هناك مصلحة عامة ذات أهمية تفوق الإنتهاك الحاصل.

ويعني تعبير "لأجل المصلحة العامة" أن يكون مفيداً للسلامة المصلحة العليا للشعب أو المجتمع بشكل عام.

تعريف المصلحة العامة:

في الحكم حول ما إذا كان أي تعدي على الخصوصية مبرراً، تبحث الهيئة عن شرح واضح ومُلزم للمصلحة العامة. وقد ينطوي ذلك تحت العناوين التالية:

- الكشف عن أو التحقيق في جريمة؛
- الكشف عن سلوك معادٍ للمجتمع بشكل بالغ؛
- الكشف عن الفساد أو عدم تطبيق العدالة؛
- الكشف عن حالات عدم الكفاءة أو الإهمال الواضحة؛
- حماية السلامة والصحة العامة؛
- الحؤول دون تضليل الجمهور عبر تصريحات أو أعمال فرد أو منظمة ما؛ و
- الكشف عن معلومات تسمح للشعب اتخاذ قرار مبني على دراية كاملة بشكل واضح في ما يتعلق بقضايا ذات أهمية عامة

RULE 7.3: LICENSEES MUST GIVE PRIOR WARNING OF AN INTENTION TO RECORD AN INTERVIEW OR GATHER ANY MATERIAL, AND OBTAIN INFORMED CONSENT FROM ANY INDIVIDUAL OR ORGANISATION FEATURED (IN THE MATERIAL). THE INCLUSION OF ANY RECORDED MATERIAL GATHERED WITHOUT THE CONSENT OF THE INDIVIDUAL OR ORGANISATION MUST BE IN THE PUBLIC INTEREST; THIS INCLUDES MATERIAL RECORDED SURREPTITIOUSLY. LICENSEES MUST ONLY UNDERTAKE SURREPTITIOUS RECORDING WHEN THEY CAN DEMONSTRATE THAT THERE IS STRONG EVIDENCE THAT THE DISSEMINATION OF THE MATERIAL WOULD BE IN THE PUBLIC INTEREST. ("Surreptitious recording" includes the use of any electronic recording equipment including hidden cameras, either to conceal the equipment from targeted individuals or to give the impression of recording for another purpose or continuing to record when the subject believes the camera/microphone is switched off or is not going to be used for broadcast).

Surreptitious recording includes the deliberate use of audio video equipment including long lenses, small video cameras, mobile phone cameras, or radio microphones, either to conceal the equipment from targeted individuals or to give the impression of recording for another purpose.

Only in very rare circumstances will the provisions of this Rule be applicable. Please also refer to the guidance for Rule 7.2 on page 38.

RULE 7.4: PRIOR CONSENT MUST BE OBTAINED FOR RECORDING TELEPHONE CALLS, OR SMS MESSAGES OR OTHER ELECTRONIC COMMUNICATIONS, OF FOR THE DISSEMINATION OF RECORDINGS OF ANY COMMUNICATIONS UNLESS IT IS WARRANTED NOT TO OBTAIN SUCH CONSENT (PLEASE ALSO SEE RULE 7.2 ABOVE).

When people are caught up in events covered by the news they still have a right to privacy in both the making and the dissemination of content, unless, in very rare circumstances, it is warranted to infringe [their privacy]. This applies both to the time when these events are taking place and to any later content that revisits those events. Any knowing infringement of privacy in the making or disseminating of content should be with the person's and/or organisation's

مادة 7.3: يجب على الجهات المرخص لها تقديم تحذير مسبق بشأن نيتها تسجيل أية مقابلة أو جمع أية مواد إعلامية، وعليها الحصول على الموافقات المبينة على دراية كاملة من قبل أي فرد أو منظمة تظهر فيها. على الجهة المرخص لها التي تستعمل أية مواد مسجلة حصلت عليها بغياب الموافقة المسبقة من الفرد أو المنظمة أن تقوم بذلك خدمة للمصلحة العامة؛ يشمل ذلك تسجيل المواد خلسة. فعلى الجهات المرخص لها عدم اللجوء إلى التسجيل خلسة إلا في حال استطاعت أن تبرز دلائل قاطعة على أن نشر وبث هذه المواد يخدم المصلحة العامة. (يعني بالـ"تسجيل خلسة" استخدام معدات الكترونية للتسجيل، منها الكاميرا الخفية، إما بهدف إخفاء معدات التسجيل عن الأفراد المستهدفين، أو للإيحاء بأن عملية التسجيل تتم لغرض آخر، أو الإستمرار في عملية التسجيل بعد إقناع المشارك بأن الكاميرا/الميكروفون ليس قيد التشغيل أو أن التسجيلات لن تستخدم للبث).

ويشمل التصوير خلسة الإستعمال المتعمد لمعدات تصوير بما فيها العدسات الطويلة وكاميرات الفيديو الصغيرة وكاميرات الهواتف النقالة، أو ميكروفونات الراديو، وذلك إما لإخفاء المعدات عن الأفراد المستهدفين أو لإعطاء الإنطباع بأنها تصوّر لغرض آخر.

في مناسبات نادرة جداً فقط، تنطبق أحكام هذه المادة. الرجاء مراجعة التعليمات الخاصة بالمادة 7.2 في الصفحة 38

مادة 7.4: يجب الحصول على موافقة مسبقة لتسجيل المكالمات الهاتفية، أو الرسائل القصيرة، أو أي نوع آخر من أنواع الإتصال الإلكتروني، أو لدى نشر وبث أي من مواد الاتصال إلا في حال كان مبرراً عدم الحصول على الموافقة (الرجاء مراجعة المادة 7.2 أعلاه).

عند ظهور الأشخاص خلال تغطيات إخبارية، فهم أيضاً يملكون الحق بالخصوصية في صناعة ونشر وبث المحتوى، إلا إذا كان وفي حالات نادرة، انتهاك (خصوصيتهم) مبرراً. وينطبق ذلك على حد سواء على أوقات حدوث هذه الأحداث وعلى أي محتوى لاحق يعيد التطرق لهذه الأحداث. أي انتهاك واضح للخصوصية أثناء صناعة أو نشر وبث المحتوى يجب أن يتم بموافقة الفرد و/أو المنظمة المعنيين أو أن يكون مبرراً (الرجاء مراجعة التعليمات الخاصة بالمادة 7.2 في الصفحة

consent or be otherwise warranted (please also refer to the guidance for Rule 7.2 on page 38). Interactive contributions (e.g. by phone, SMS) to live content are deemed to constitute consent.

38). إن المشاركات التفاعلية (مثلاً عبر الهاتف أو الرسائل القصيرة) في محتوى يبث مباشرة تعتبر أهلاً لتشكيل موافقة.

RULE 7.5: LICENSEES MUST NOT GATHER OR DISSEMINATE MATERIAL OF PEOPLE INVOLVED IN EMERGENCIES, THE VICTIMS OF ACCIDENTS OR THOSE SUFFERING A PERSONAL TRAGEDY, EVEN IN A PUBLIC PLACE, WHERE THE GATHERING OR DISSEMINATION OF SUCH MATERIAL WOULD RESULT IN AN INFRINGEMENT OF PRIVACY, UNLESS IT IS WARRANTED OR THE PEOPLE CONCERNED HAVE GIVEN THEIR CONSENT.

When reporting on suffering and distress, licensees must balance the public interest against the need to be compassionate and to avoid any unjustified infringement of privacy when reporting accidents, disasters, or consequences of war. Licensees should always consider carefully the editorial justification for showing graphic material of human suffering and distress.

EXECUTIONS AND THE POINT OF DEATH

There are almost no circumstances in which it is justified to show executions and very few circumstances in which it would be justified to disseminate images or footage in which people are being killed (in particular the 'point of death').

It is always important to respect the privacy and dignity of the dead and dying. Licensees should not show lingering images of the dead and should avoid in particular any gratuitous use of close-ups of faces and serious injuries or other material that shows the consequences of extreme violence.

Note: gratuitous means lacking sufficient merit with regard to editorial justification and context.

IMAGES OF THE DEAD

In news output it may be justified and sufficiently in context to include images of the dead, as well as those suffering or injured, in order to convey the facts of the story accurately. However, there must be strong editorial justification for the use of these images; they

مادة 7.5: لا يجب على الجهات المرخص لها جمع أو نشر وبث أي مادة إعلامية عن أفراد تواجدوا في حالات طارئة أو ضحايا الحوادث أو أشخاص يعانون مأساة شخصية، حتى لو حصل ذلك في الأماكن العامة، حيث أن جمع أو نشر وبث مواد إعلامية من هذا النوع هو انتهاك للخصوصية، إلا في حال وجود تبرير ملائم أو عند الحصول على موافقة مسبقة من قبل هؤلاء الأشخاص.

عند تغطية المحن والمعاناة، يجب على الجهات المرخص لها إضفاء التوازن بين المصلحة العامة والحاجة للتخلي بالشفقة وتجنب أي انتهاك غير مبرر للخصوصية عند تغطية الحوادث والكوارث أو تداعيات الحرب. على الجهات المرخص لها الإنتباه دائماً وبدقة لمبررات الجهات المرخص لها لعرض مواد تصوّر المعاناة والمحن البشرية.

الإعدام و نقطة الموت

لا وجود بتبرير في كافة الحالات تقريباً لعرض عمليات الإعدام كما من النادر جداً وجود ظروف تبرر نشر وبث صور أو لقطات عن قتل الأشخاص (وبشكل خاص "نقطة الموت").

من الضروري دائماً احترام خصوصية وكرامة الأموات أو من هم على شفير الموت. لا يجب على الجهات المرخص لها عرض صور مطوّلة عن الأموات، كما يجب عليها تجنب بشكل خاص أي استعمال غير مسوغ لصور مقربة للوجوه أو الإصابات الخطيرة أو أي مادة أخرى تعكس نتائج العنف المطلق. ملاحظة: يعني تعبير "غير مسوغ" فقدان الإستحقاق الكافي في ما يتعلق بتبرير الجهات المرخص لها والسياق.

صور الأموات

قد يكون مبرراً وضمن السياق، خلال المواد الإخبارية، تضمين صوراً عن الأموات، فضلاً عن المعانين والمصابين، وذلك بغية نقل حقائق القصة بشكل دقيق. على الرغم من ذلك، لا بد من توفّر تبرير للجهات

must be appropriately contextualized and they must not be used gratuitously.

The passage of time is an important factor when it comes to making difficult judgements about the dissemination of graphic material. In the immediate aftermath of an event the use of more graphic material is normally justified to provide a reasonable illustration of the full horror that occurred, although the accompanying script is equally important in conveying the reality of tragedy. However, as the story unfolds it may become more difficult to justify the continued use of such graphic material. When it comes to marking the anniversary of an event or when considering it in a contemporary historical context, it may again be editorially justified to re-use it.

Disseminators of continuous (or rolling) news channels should also consider the cumulative effect of the use of graphic material upon the audience.

Licensees should normally request interviews with people who are injured or grieving following an accident or disaster by approaching them through appropriate channels such as their immediate family, friends, other relatives, advisers or relevant authorities. Licensees should not:

- put the victims of such incidents under pressure to provide interviews;
- harass them with repeated phone calls, emails, text messages or door-stepping;
- stay on their property if asked to leave; and/or
- follow them if they walk away.

RULE 7.6: UNLESS THERE IS AN OVER-RIDING PUBLIC INTEREST, LICENSEES MUST TAKE CARE NOT TO REVEAL THE IDENTITY OF A PERSON WHO HAS DIED OR VICTIMS OF ACCIDENTS OR VIOLENT CRIMES, UNLESS AND UNTIL IT IS CLEAR THAT THE NEXT OF KIN HAS BEEN INFORMED ABOUT WHAT HAS OCCURRED.

Generally, where people have died or are the victims of an accident or an emergency or a violent crime, licensees should be careful not to reveal their identity, unless and until it is clear that next of kin has been

المرخص لها شديد لاستعمال هذه الصور؛ يجب عرضها بشكل مناسب ضمن سياق معين كما لا يجب استعمالها بلا مسوغ.

يعدّ عامل مرور الوقت من العوامل المهمة حين يتعلق الأمر بالحكم على نشر وبتّ المواد التصويرية. فعقب حدث ما، يبرز إجمالاً استعمال المزيد من المواد التصويرية لنقل تصوير صحيح للرعب الحاصل، على الرغم من أن النصح المرافق للصور يساويها أهمية في ما يتعلق بنقل واقع المأساة. مع ذلك، عند تجلي القصة، قد يصبح من الأصعب تبرير الإستعمال المتواصل للمواد التصويرية. وعند الإشارة إلى ذكرى حدث ما أو عند النظر إليه ضمن سياق تاريخي معاصر، من الممكن هنا أيضاً تبرير إعادة استعمالها.

كما يجب على القائمين على بث و/أو نشر المحتوى الإخباري المتواصل الأخذ بعين الاعتبار التأثير المتراكم لإستعمال المواد التصويرية على الجمهور.

يتوجب على الجهات المرخص لها عادة، طلب إجراء المقابلات مع الأشخاص المصابين أو الحزينين عقب تعرّضهم لحدث أو كارثة، وذلك من خلال التقرب منهم بواسطة الصلات المناسبة كأفراد عائلتهم المباشرين أو غيرهم من الأقارب أو المستشارين أو السلطات المعنية. لا يجب على الجهات المرخص لها:

- تعريض ضحايا مثل هذه الحوادث لضغوطات بغية إجراء المقابلات؛
- مضايقتهم باتصالات هاتفية متكررة، أو رسائل إلكترونية، أو رسائل قصيرة أو دقّ أبوابهم؛
- عدم الإذعان لطلبهم الرحيل عن ملكيتهم أو عقارهم؛ و/أو
- اللحاق بهم في حال مغادرتهم.

مادة 7.6: لا يجب على الجهات المرخص لها الكشف أو الإفصاح عن هوية أي شخص قد توفي أو وقع ضحية حادث أو جريمة عنيفة، قبل التأكد من أنه تمّ إبلاغ أدنى أقرباءه بحقيقة ما جرى (إلا في كان ذلك خدمة للمصلحة العليا).

بشكل عام، يجب على الجهات المرخص لها، عندما يتعلق الأمر بأشخاص قد توفوا أو كانوا ضحايا حادث أو حالة طارئة أو جريمة عنيفة، عدم الكشف عن هويتهم إلا بعد إبلاغ أقرباءهم بذلك. أي خرق

informed. Any rare exception to this rule should be justified by the public interest (as explained in the guidance for Rule 7.2 on page 38.

If the information has been provided by a public and legitimate news source (such as AFP or Reuters) and the deceased is a famous or infamous public figure (i.e. a Hollywood actor or international sports star) licensees do not have any legitimate control over whether the next of kin has been informed.

FUNERALS

Licensees should normally only record at private funerals with the consent of the family. There must be a clear public interest if licensees choose to proceed despite requests for privacy (in the unlikely event that licensees would consider it justifiable to do so).

REVISITING PAST EVENTS

Licensees should consider how to minimize any possible distress to surviving victims and relatives when they intend to examine past events which involved suffering and trauma. This applies even if the events or material to be used were once in the public domain. The way this is achieved will depend on, for example, the scale and location of the original incident. Again, so far as is reasonably practicable, surviving victims or the immediate families of the deceased people who feature in the content should normally be notified that they will feature in the content before it is disseminated. Licensees should proceed *against any reasonable objections of those concerned* only if there is a clear public interest.

نادر لهذه المادة يجب تبريره عبر إثبات خدمته للمصلحة العامة (كما هو مذكور في التعليمات الخاصة بالمادة 7.2 في الصفحة 38).

في حال نقلت المعلومة من قبل مصدر إخباري عام وشرعي (كوكالة الأنباء الفرنسية أو رويترز) وإن كان المتوفي شخصية شعبية معروفة أو غير معروفة (أي نجم من هوليوود أو نجم رياضي عالمي)، لا تملك حينها الجهات المرخص لها أي سيطرة مشروعة حول ما إذا كان قد تم إعلام أقرباء الميت أو لا.

الجنازات

يجب على الجهات المرخص لها عادة الحصول على موافقة العائلة عند تصوير الجنازات الخاصة. ولا بد من وجود مصلحة عامة مهمة وواضحة في حال اختارت الجهات المرخص لها متابعة التصوير رغماً عن طلب احترام الخصوصية (عند اعتبار الجهات المرخص لها القيام بذلك مبرراً).

إعادة التطرق لأحداث سابقة

يتوجب على الجهات المرخص لها التفكير في كيفية التخفيف من أي احتمال التسبب بالحزن للضحايا الناجين وأقربهم عند عزمهم مراجعة أحداث سابقة حملت في طياتها المعاناة وتسببت بصدمات. وينطبق ذلك حتى ولو سبق أن كانت الأحداث أو المواد المستعملة منشورة للعلن. ويعتمد تحقيق ذلك، على سبيل المثال، على مستوى ومكان حدوث الحادثة الأصلية. وهنا أيضاً، وعلى قدر ما يمكن تنفيذ ذلك، يجب عادة إعلام الضحايا الناجين أو أقرباء الأموات المباشرين الذين سيظهرون في المحتوى، بشأن ظهورهم وذلك قبل النشر والبيث. ويمكن للجهات المرخص لها الشروع في عملهم رغماً عن أي اعتراض ممكن من قبل الأشخاص المعنيين فقط في حال وجود مصلحة عامة واضحة لتبرير ذلك.

RULE 8: INTERACTIVITY

مادة (8): التفاعلية

If a licensee encourages its audience to interact, it enters into a relationship of trust with the audience irrespective of whether or not it charges them to interact. To preserve this trust, licensees have a duty of care to ensure the audience is not misled.

إذا قامت الجهات المرخص لها بتشجيع جمهورها على التفاعل معها، فهي تخلق بذلك علاقة مع هذا الجمهور تتميز بالثقة بغض النظر عما إذا كانت تفرض عليه تكاليف مقابل هذه التفاعلية. وللحفاظ على هذه الثقة، من واجب الجهات المرخص لها توفير عناية خاصة للحرص على منع تضليل الجمهور.

Interactivity between the public and content disseminators has become an integral part of modern society and can provide a valuable source of revenue because it enables the public/audience to interact either for free or at a cost. The route by which the audience interacts includes, but is not limited to, submissions by electronic means or telecommunication services such as SMS and MMS, telephone, email, internet chat services, and by post. Interactivity includes, but is not limited to:

أصبحت التفاعلية بين الجمهور وأصحاب المحتوى المنشور والمبثوث جزءاً لا يتجزأ من المجتمع الحديث كما يمكن للتفاعلية أن تكون مصدر دخل مهم إذ أنها تسمح للجمهور/الشعب بأن يتفاعل إما مجاناً أو مقابل كلفة معينة. تتضمن طرق تفاعل الجمهور ولا تقتصر على المشاركة من خلال الوسائل الإلكترونية أو خدمات الاتصالات كالرسائل القصيرة ورسائل الوسائط المتعددة، والهاتف، والبريد الإلكتروني، وخدمات الدردشة عبر الإنترنت، إضافة إلى خدمات البريد. تتضمن التفاعلية ولا تقتصر على التالي:

- submitting user generated content to the licensee (i.e. content that the public has created and submitted, such as text messages, pictures and videos);
- invitations to register a vote by any means to decide or influence the outcome of a contest or to enter a competition; and
- responding to offers to purchase forms of content, products and/or services (i.e. teleshopping).

- إرسال محتوى منتج من قبل المستخدم للخدمة إلى الجهات المرخص لها (أي محتوى أعدّه الجمهور وقام بتقديمه كالرسائل القصيرة والصور والأفلام المصورة)؛
- دعوات للتصويت بأية وسيلة للبت أو التأثير على نتيجة مسابقة أو للإشتراك في منافسة؛ و
- الرد على عروض لشراء أنواع من المحتوى أو المنتجات و/أو الخدمات (أي التسوق التلفزيوني).

RULE 8.1: LICENSEES MUST MODERATE (I.E. FILTER AND ENSURE COMPLIANCE WITH THE CODE) ALL INTERACTIVE CONTENT THAT IT DISSEMINATES.

Licensees are responsible for all of the content they disseminate irrespective of whether they produced it or it was sent to them by a third party (e.g. by members of the public, an organization or in other forms of user generated content). All content that has been submitted by third parties must be considered, complied and approved by the licensee before it is disseminated to ensure that it does not contain anything that might breach the Code.

مادة 8.1: يجب على الجهات المرخص لها الحرص على اعتدال كافة المحتويات التي تعنى بالتفاعلية قبل نشرها وبثها (أي تصفيتها والتأكد من توافقها مع اللائحة)

إن الجهات المرخص لها مسؤولة عن كل المحتوى الذي تقوم بنشره وبثه بغض النظر عما إذا كان من إنتاجها أو أرسل إليها من قبل جهات أخرى (مثلاً، من قبل أفراد الجمهور، أو منظمة ما أو تحت أحد أشكال المحتوى المنتجة من قبل المستخدم الأخرى). يجب على الجهات المرخص لها مراجعة وتلطيف والموافقة على كل المحتوى المرسل قبل نشره وبثه وذلك للحرص على عدم احتوائه على ما يمكن أن يخرق أحكام اللائحة.

RULE 8.2: LICENSEES SHOULD NOTIFY THE AUDIENCE OF ANY AND ALL RELEVANT INFORMATION RELATING TO INTERACTION CHARGES. SUCH INFORMATION MUST BE CLEAR, DISPLAYED OR STATED PROMINENTLY AND MUST NOT MISLEAD, FOR EXAMPLE, BY LEADING TO UNREASONABLE OR UNFORSEEN COSTS. THIS IS PARTICULARLY IMPORTANT IF THE INTERACTIVE CONTENT IS AIMED AT, OR LIKELY TO APPEAL TO, CHILDREN

Charging the audience to interact with content may provide a valuable source of revenue. However, in terms of best practice, licensees should make available to the audience the details of all charges connected to invitations to interact. This approach is designed to safeguard viewer trust and provide adequate protection for those members of the audience who pay to interact with licensees. It also provides appropriate information upon which the audience can make informed decisions as to whether to interact or not.

Licensees should consider asking children to get permission from whoever pays the telephone bill *before* they interact and think about permitting them to interact in other ways (i.e. through a website) to avoid them incurring any costs.

Relevant information about how to interact with licensees can be provided by a variety of means including:

- on-screen text;
- a verbal announcement; and/or
- via the licensee's website (the audience should be directed by the licensee to the website if this option is chosen)

It is important that the information provided should refer to the likely charges to be expected. Whilst it is for licensees to decide how it should adopt best practice in relation to interaction charges, the requirement in the rule is clear; however it is presented, the information should be clear and should not mislead the audience.

مادة 8.2: تُشَجَّع الجهات المرخص لها على إعلام الجمهور بكافة المعلومات المتعلقة بالكلفة المتوقعة مقابل التفاعل. يجب أن تكون هذه المعلومات واضحة ومعروضة بشكل بارز، كما لا يجب أن تُضَلَّل الجمهور على سبيل المثال بدفعهم إلى تكبد تكاليف غير معقولة أو متوقعة. إن ذلك مهم بشكل خاص في حال كان المحتوى موجه أو من شأنه أن يجذب الأطفال.

قد يشكل فرض تكاليف على الجمهور للتفاعل مع المحتوى مصدر ربح قيم. إلا أنه، ومن حيث أفضل الممارسات، على الجهات المرخص لها جعل تفاصيل كافة التكاليف المرتبطة بدعوتها إلى التفاعل في متناول الجمهور. إن هذه المقاربة مصممة للحفاظ على ثقة المشاهد وتوفير الحماية المناسبة لأفراد الجمهور الذين يدفعون مقابل تفاعلهم مع الجهات المرخص لها. كما أنها تؤمن المعلومات المناسبة التي، بناءً عليها، يتمكن الجمهور من اتخاذ القرار بالمشاركة أو عدم المشاركة.

على الجهات المرخص لها الأخذ بعين الاعتبار ان يقوم الاطفال بسؤال المسؤولين عن دفع قوائم الهاتف حول السماح للاطفال بالمشاركة وذلك لتفادي احتساب اي تكلفة ناتجة قبل المشاركة (مثلا عبر المواقع الالكترونية)

يمكن تأمين المعلومات المناسبة حول كيفية التفاعل مع الجهات المرخص لها من خلال مجموعة من الوسائل، بما فيها:

- الرسائل الظاهرة على الشاشة؛
- الإعلان الشفهي؛ و/أو
- عبر المواقع الإلكترونية للجهات المرخص لها (الجهات المرخص لها تشير لمراجعة الموقع الإلكتروني المعني إن كان ذلك من ضمن الخيارات).

من المهم جداً أن تشير المعلومات المزودة إلى التكاليف المحتملة والمتوقعة. في حين أنه يعود الأمر للجهات المرخص لها أن تقرّر اعتماد الطريقة المثلى في ما يتعلق بتكاليف التفاعل، يبقى الشرط المذكور في المادة واضحاً؛ يجب أن تكون المعلومات واضحة وغير مضللة للجمهور كيفما تمّ عرضها.

مادة 8.3: يجب التحلي بالعدل والنزاهة عند إجراء المسابقات. فيجب على الجهات المرخص لها التالي:

أ- توفير كافة التفاصيل المتعلقة بعملية إجراء المسابقات أو التصويت، بما في ذلك خيارات الإشتراك أو

RULE 8.3: COMPETITIONS AND VOTING MUST BE CONDUCTED FAIRLY. LICENSEES MUST:

(a) provide the relevant details of how the competition or vote is to be conducted, including all of the entry or voting options that are available and the opening and closing times for when participation is possible; and

(b) describe prizes accurately

A competition is an item of content in which the audience is invited by the licensee to interact for the opportunity to win a prize.

Voting is when the audience is invited to register a vote (usually electronically by SMS or email) to decide or influence, at any stage, the outcome of a contest such as a singing or poetry contest (e.g. Million's Poet).

It is vital that licensees draw up rules for the conduct of each competition or vote that is run. In particular, significant terms and conditions that may affect the audience's decision to interact must be stated at the time an invitation to interact is disseminated. We also advise that licensees make available, and inform the audience where to find, the full terms and conditions for each competition or vote that is conducted (for example by putting them on their website).

It is important that the audience is not misled about the nature of prizes. Licensees should therefore exercise caution when describing prizes, and should avoid any overly promotional references to benefits or qualities that might be misleading such as "top of the range" or "first class". Additionally, if a licensee promotes a competition where the prize is described as a particular item or model (of, for example, a car) and an entirely different model or make of car is provided to the winner, it could cause significant distress and anger if the prize the winner expected is different to that which was promoted.

Such mistakes are easy to make, particularly in 'live' disseminated content, and can prove costly to rectify.

Please note: licensees must also ensure that all competitions which appear in print i.e. in newspapers

إرسال التصويت المتوفرة ومواعيد فتح وإغلاق
أبواب الإنترنت؛ و
ب- وصف الجوائز بشكل دقيق

المسابقات هي مادة من مواد المحتوى، يُدعى من خلالها الجمهور إلى التفاعل من قبل الجهات المرخص لها وذلك مقابل الفرصة لربح جائزة.

أما التصويت، فهو حين يُدعى الجمهور لتسجيل تصويته (غالباً ما تكون الوسيلة المتبعة إلكترونية، أي عبر إرسال الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني) للبت أو التأثير في نتيجة المسابقة - في أية مرحلة من المراحل - كتلك الخاصة بالغناء أو إلقاء الشعر، كمسابقة شاعر الملايين على سبيل المثال.

يعتبر من الأساسي جداً أن تضع الجهات المرخص لها قوانين سير عملية كل مسابقة أو تصويت يتم إجراؤه. ويجب بشكل خاص تحديد الشروط والأحكام التي من شأنها أن تؤثر على قرار الجمهور للتفاعل، وذلك عند نشر وبت الدعوة إلى التفاعل. كما ننصح الجهات المرخص لها أن تُعلم الجمهور عن المكان، وتضع في متناوله، الشروط والأحكام الكاملة لكل مسابقة أو عملية تصويت تجري (مثلاً من خلال عرضها على الموقع الإلكتروني).

من الضروري أيضاً أن لا يتم تضليل الجمهور بخصوص طبيعة الجوائز المطروحة. لذلك، يجب على الجهات المرخص لها تحري الحذر عند وصفها للجوائز، كما يتوجب عليها تجنب التعابير الترويجية المبالغ للمنافع أو الحسنات التي قد تكون مضللة كـ "النخبة" أو "الدرجة الأولى". إضافة إلى ذلك، في حال قامت الجهات المرخص لها بالترويج لمسابقة تصف الجائزة فيها على أنها من نوع أو طراز معين (مثلاً نوع أو طراز سيارة)، وتم في وقت لاحق منح الرابح نوعاً أو طرازاً آخر من السيارة، قد يتسبب ذلك في إثارة غضبه وانزعاجه إن كانت الجائزة المتوقعة مختلفة عن تلك التي تم الترويج لها.

يسهل ارتكاب أخطاء من هذا النوع وخاصة في المحتوى الذي يُنشر ويُنشر "مباشرة"، كما يمكن لتصحيح هكذا أخطاء أن يكلف غالباً.

الرجاء الإنتباه إلى أنه يجب على الجهات المرخص لها الحرص على أن كافة المسابقات التي تظهر في الإعلام المطبوع أي في الصحف والمجلات، خاضعة لموافقة الدوائر الحكومية المعنية قبل نشرها وبثها. لا ينطبق هذا الشرط على المسابقات التي تطرحها الجهات

and magazines are approved by the relevant government department prior to being disseminated. This requirement does not apply to competitions conducted by audio-visual media licensees (i.e. television, radio, video on demand etc.)

المُرخص لها الخاصة بالإعلام المرئي والمسموع (أي التلفزيون والراديو والمشاهدة حسب الطلب، إلخ).

RULE 9: ARRANGEMENTS FOR FUNDING CONTENT (INCLUDING SPONSORSHIP AND PRODUCT PLACEMENT)

مادة (9): تمويل المحتوى (الرعاية الإعلانية والإشارة الترويجية)

'Funding content' refers to any form of relationship (whether it involves payment or some other form of contribution to the licensee) that is entered into between a licensee and a company, business, service or person in return for some form of involvement or relationship with the licensee's content. The most common form of such funding relationships is generally in the form of sponsorship and/or product placement.

يشير تعبير "تمويل المحتوى" إلى أي شكل من أشكال العلاقة (سواء اشتمل على الدفع النقدي أو نوع آخر من المساهمة لصالح الجهات المرخص لها) التي تنشأ بين الجهة المرخص لها وشركة ما، أو عمل، أو خدمة، أو شخص مقابل شكل من أشكال المشاركة أو العلاقة بالمحتوى المعد من قبل الجهة المرخص لها. ويعدّ إجمالاً التمويل والإشارة الترويجية للمنتجات من أكثر أشكال هذه العلاقات التمويلية انتشاراً.

The rules in the Code are drafted to provide for, and encourage, commercial freedom and flexibility for licensees when producing content in the region. Consequently, content can be funded in a number of ways. Whilst generally it might constitute more established forms of sponsorship and product placement, it could also be in the form of one or more of the following:

حرّرت مواد هذه اللائحة لتسمح وتشجّع على الحرية والمرونة التجارية للجهات المرخص لها عند إنتاج محتوى في المنطقة. نتيجة لذلك، يمكن تمويل المحتوى من خلال عدد من الطرق. في حين أن التمويل يشكّل في الإجمال نوعاً من الأشكال المعترف بها من الرعاية والإشارة الترويجية للمنتجات، يمكنه أيضاً أن يظهر تحت أحد الأشكال التالية:

- the provision of props that are necessary for a production (where there is an agreement with the props supplier that the products will be featured i.e. it is subject to an 'arrangement');
- free flights from an airline (which eases constraints on a production budget and therefore has value to the licensee); or

- توفير المنتجات المستعملة ضمن الإنتاج (يكون هناك في هذه الحالة اتفاقاً مع الممّون على أن المنتجات ستظهر خلال المحتوى أي أنه يخضع لـ "تسوية")؛

- advertiser supplied content (i.e. content that has been entirely funded by a commercial entity).

Licensees may also come up with new ways for funding content production that are different to those described above. In such cases, licensees should consider whether both the editorial and commercial integrity of what they propose is sound and would not conflict with the principles inherent in this rule.

THE FUNDING OF CONTENT FOR CHILDREN

Licensees should exercise extreme caution and be able to demonstrate due care in accepting any form of commercial funding in and around children's content. Whilst it is permitted, the CMA requires that particular care is taken to ensure the appropriateness of any products and/or services that are promoted to children. In particular, please see the prohibitions in the Guidance for Rule 9.5 on page 51 regarding product placement in children's content and the Guidance for Rule 1 on page 2.

SPONSORSHIP

RULE 9.1: LICENSEES MUST RETAIN FULL EDITORIAL CONTROL OF ANY CONTENT, INCLUDING TRAILERS AND SUBSTANTIVE PROGRAMME STRANDS, AND THE SCHEDULING, PLACEMENT OR DISTRIBUTION OF ANY CONTENT THAT THEY DISSEMINATE. THIS INCLUDES CONTENT FUNDED IN PART, OR WHOLLY, BY A THIRD PARTY. TO COMPLY WITH THIS RULE, LICENSEES MUST:

(a) ensure transparency, so that audiences are not misled about the existence or nature of any funding relationship between the licensee and any third party; and

(b) ensure that there is adequate editorial justification for the inclusion of any promotional reference to products or services provided by the sponsor of the content or any other party

Sponsorship and commercial references must be transparent and editorial integrity must not be distorted for funding purposes. This is because the media acts as a vital tool in educating, informing and entertaining society. Licensees must therefore always strive to

- تذاكر سفر مجانية من شركة طيران (مما يخفف من القيود على ميزانية الإنتاج وهي تهمّ بالتالي الجهة المرخص لها)؛ أو
- محتوى من قبل المرّوجين (أي المحتوى الذي تم تمويله بالكامل من قبل جهة إعلانية).

ويمكن أن تبتكر الجهات المرخص لها طرق جديدة لتمويل إنتاج محتوى ما، تختلف عن تلك المذكورة أعلاه. في هذه الحالة، يجب على الجهات المرخص لها التأكد مما إذا كانت الأمانة التحريرية والإعلانية لاقتراحاتها سليمة ولا تتعارض ومبادئ هذه المادة.

تمويل محتوى معد للأطفال

يجب على الجهات المرخص لها تحري أشدّ الحذر وإثبات الرعاية الموجبة عند قبول أي شكل من أشكال التمويل الإعلاني خلال وفي ما يتعلق بمحتوى معدّ للأطفال. في حين أن ذلك مقبول، تفرض الهيئة تحري الرعاية الخاصة لضمان ملاءمة أي منتجات و/أو خدمات يتمّ ترويجها للأطفال. وبشكل خاص، يرجى مراجعة المحظورات في التعليمات الخاصة بالمادة 9.5 في الصفحة 51 المتعلقة بالإشارة الترويجية للمنتجات داخل محتوى معدّ للأطفال، والتعليمات التابعة للمادة 1 في الصفحة 2

الرعاية المالية

مادة 9.1: تلتزم الجهات المرخص لها بالسيطرة التحريرية الكاملة على أي محتوى بما في ذلك الأفلام الترويجية القصيرة وبرامج الفواصل الثابتة إضافة إلى جدولة وتعيين أو توزيع المحتويات التي تنشرها وتبثها. ويتضمن ذلك المحتوى الممول جزئياً أو كلياً من قبل طرف ثالث. للامتثال تماماً لهذه الأحكام والقوانين يتعين على الجهات المرخص لها:

أ- التأكيد على الشفافية، بحيث لا يتمّ تضليل الجمهور حول وجود أو طبيعة العلاقات التجارية بين الجهات المرخص لها وبين أي طرف ثالث؛

ب- التأكد من وجود تبرير مناسب للجهات المرخص لها من أجل تضمين أي مواد ترويجية لمنتجات أو خدمات مقدمة من الجهات الراعية للمحتوى أو من أي جهة أخرى؛

يجب أن تتسم الرعاية المالية والمراجع الإعلانية بالشفافية كما لا يجب تحريف النزاهة التحريرية لغايات تمويلية. وذلك لأن الإعلام هو

preserve the editorial integrity of content and should not appear to have handed control of it to commercial partners. In particular, any promotional references to the products or services of a sponsor must be editorially justified (i.e. the reason for any reference must be editorially valid and not merely promotional with no legitimate reason for being included).

Transparency is provided by ensuring the audience is made aware of funding arrangements that are included in content (i.e. commercial arrangements should not be incorporated in a surreptitious manner).

“Substantive programme strand” means an editorial item which has a *legitimate* reason to exist i.e. it provides information to the audience on a particular subject or range of subjects such as weather, business or traffic. Such strands are usually brief (sometimes only 5 seconds in length). However, because they may be brief, any sponsorship credit should remain secondary (i.e. there should not be more time dedicated to the sponsorship arrangement than to the editorial content).

RULE 9.2: SPONSORSHIP MUST BE CLEARLY IDENTIFIABLE (I.E. BY REFERENCE TO THE NAME AND/OR LOGO OF THE SPONSOR).

Sponsorship means an item of content that has had some or all of its costs met by a sponsor. It is for licensees to decide how they identify sponsorship arrangements (to the audience). However, some form of identification (either visual or aural) regarding the funding arrangement must be in place so that the relationship between the parties is clear. In particular, with regard to audio visual content (notably television programmes), this identification should normally be in the form of one or more of the following:

- a separate ‘sponsor bumper’ at the beginning and/or during and/or end of the programme;
 - Please note that any sponsorship credits during programmes must be brief, neutral visual or verbal statements that identify the sponsorship arrangement without giving undue prominence to the sponsors/s.

بمثابة أداة حيوية وأساسية في عملية التعليم والإصلاح وتسليمة المجتمع. مما يفرض على الجهات المرخص لها أن تبذل جهودها للحفاظ على النزاهة التحريرية للمحتوى وأن لا توحى بأنها قد سلّمت زمام الأمور لشركائها التجاريين. ونخص بالذكر أن أية إشارة ترويجية للمنتجات أو الخدمات الخاصة بالراعي يجب أن تبرر من قبل الجهات المرخص لها (أي يجب أن يكون السبب وراء أي من هذه الإشارات صالحاً تحريراً وليس ترويجياً بشكل بحت دون أي سبب شرعي لتضمينه).

تتوفر الشفافية من خلال الحرص على إعلام الجمهور بالترتيبات التمويلية الواردة في المحتوى (أي أنه لا يجب تضمين التسويات الإعلانية خلسة "أي بطريقة مخفية").

تشكل "مجموعة الفواصل الثابتة" مادة تحريرية تملك سبباً تحريراً وراء عرضها أي أنها توفر للجمهور معلومات حول موضوع معين أو مجموعة من المواضيع كمنشرة الطقس، أو سير الأعمال أو حركة السير. وتكون هذ البرامج موجزة عادة (قد تمتد على خمسة ثواني فقط). بسبب صفتها الموجزة، يجب أن يبقى حق الراعي ثانوي (أي لا يجب تكريس المزيد من الوقت للتسوية الرعائية على حساب المحتوى التحريري).

مادة 9.2: يجب التعريف عن الرعاية بوضوح كامل وذلك من خلال الإشارة إلى اسم أو شعار راعي المحتوى.

تعني الرعاية المالية تغطية التكاليف بشكل كامل أو جزئي لمادة من مواد المحتوى من قبل الرعاية. ويعود للجهات المرخص لها القرار حول كيفية الكشف عن تسويات الرعاية المالية (للجمهور). إلا أن شكلاً من أشكال التعريف (المرئي منه أو المسموع) لهذه التسويات يجب أن يعرض لتكون العلاقة بين الأطراف واضحة. في ما يتعلق بالمحتوى المرئي والمسموع (وخاصة البرامج التلفزيونية)، يجب أن يتخذ التعريف عادة واحداً أو أكثر من الأشكال التالية:

- عرض "فاصل خاص بالراعي" عند بداية و/أو خلال و/أو نهاية البرنامج؛
 - يرجى الإنتباه إلى أن أي تعريف خاص بالرعاية المالية المعروض خلال البرامج، يجب أن يكون

- integrated sponsor credits (i.e. the sponsorship information is integrated with the opening and/or closing credits of the programme); and
- the use of break bumpers going into and out of the programme for each advertising break).

RULE 9.3: THIRD PARTIES THAT ARE NOT ALLOWED TO ADVERTISE UNDER FEDERAL OR ABU DHABI LAW (E.G. TOBACCO) ARE NOT ALLOWED TO SPONSOR CONTENT DIRECTLY OR INDIRECTLY...in some instances, when a government permit has been obtained, there may be exceptions to this rule (e.g. for medical products).

Sponsorship is a form of commercial arrangement that indirectly promotes products and/or services. It cannot, and should not, be used to circumvent a statutory prohibition (such as advertising tobacco) that is in place either at a Federal or Abu Dhabi level. Licensees must ensure they are aware of all Federal and Emirate laws or obtain legal advice where necessary to comply with all relevant legislation.

The prohibition in relation to *indirect* sponsorship is important. It would not be acceptable to include the branded colours or packaging of a well-known brand of cigarettes in the hope that by doing so the prohibition would be avoided. To do so would breach the Code.

RULE 9.4: SPONSORSHIP OF LINEAR AUDIO-VISUAL NEWS AND CURRENT AFFAIRS CONTENT IS GENERALLY PERMITTED. However, licensees should consider carefully the requirements in rule 5 of the Code ("Accuracy and Impartiality") and refer to the Guidance Notes for more information before sponsored news and current affairs content is disseminated.

The CMA is committed to building a sophisticated and commercially viable media landscape in the UAE and the Code is drafted to commercially enable licensees. Therefore, the CMA considers that news and current affairs programmes should be available for sponsorship but licensees must accept that such arrangements have the potential to cause conflict with a news agenda (which has an obligation to remain impartial and objective). Caution is therefore required

موجزاً وينطوي على عبارات مرئية أو مسموعة تكشف عن تلك الرعاية دون تسليط الضوء على الراعي/الرعاة.

- تعريف متكامل عن الراعي المالي (أي دمج المعلومات الخاصة بالراعي المالي ضمن التعريفات الإفتتاحية و/أو الختامية للبرنامج)؛ و

- استعمال الفواصل قبل وبعد كل فاصل إعلاني؛

مادة 9.3: تُحظر الأطراف الثالثة الممنوعة من الإعلان بموجب القانون الاتحادي أو قانون أبوظبي (مثل منتجات التبغ) من رعاية أي محتوى بشكل مباشر أو غير مباشر... يمكن في بعض الحالات أن تتحمل هذه المادة بعض الاستثناءات، عند حصول الرعاة على تصريح من قبل الحكومة (مثل صناعة الأدوية).

الرعاية المالية هي شكل من أشكال التسويات الإعلانية التي تروج بشكل غير مباشر لمنتجات و/أو خدمات. لا يمكن، كما لا يجب، استعمالها للمرعاة بشأن حظر قانوني (كالإعلان الخاص بمنتجات التبغ) محدد على نطاق القانون الاتحادي أو قانون أبوظبي. بالتالي، يجب على الجهات المرخص لها الحرص على درابته بكافة القوانين الاتحادية أو الخاصة بأمارة ابوظبي أو الاستعانة عند الحاجة بمشورة قضائية للتوافق مع كافة التشريعات الخاصة بهذا الشأن.

الحظر المتعلق بالرعاية المالية غير المباشرة ذات أهمية كبيرة. إذ يعتبر مرفوضاً تضمين الألوان أو الغلاف الخاص بنوع معروف من السجائر على أمل تجنب الحظر المفروض من قبل القانون. فالقيام بذلك يشكل خرقاً لهذه المادة.

مادة 9.4: يُسمح بشكل عام برعاية محتوى الأخبار وقضايا الساعة السمعية/البصرية الخطية. بالرغم من ذلك، يجب على الجهات المرخص لها الاهتمام بعناية بالمتطلبات الواردة في المادة 5 من اللائحة ("الدقة والحيادية") وكذلك الرجوع إلى التعليمات الإرشادية للحصول على مزيد من المعلومات قبل القيام بنشر وبث محتوى الأخبار والأحداث الجارية خاضعة للرعاية المالية.

تلتزم الهيئة ببناء إطار إعلامي متطور وحيوي من الناحية التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة وقد تم صياغة اللائحة بما يكفل تمكين الجهات المرخص لها تجارياً. ولذلك، فإن الهيئة تعتبر أن المحتوى الإخباري والخاص بقضايا الساعة يجب أن يكون متاحاً وقابلًا للرعاية، ولكن يجب على الجهات المرخص لها أن تتقبل أن

by licensees in managing such sponsorship arrangements and this caution is key to whether the sponsorship of news and current affairs will be successfully and appropriately implemented, or whether it might require a more detailed set of prohibitions in the future.

The sponsorship of news and current affairs content brings with it a serious responsibility on the part of licensees to ensure accuracy and impartiality. As a consequence, the relationship between a sponsor and a licensee must not compromise the licensee's responsibility to provide accurate and impartial news.

Society places a great deal of trust in the truth of news so it must never be compromised to suit the requirements of a particular sponsor (i.e. to suppress a story, change the truth or emphasis of a story or to cast the sponsor in a more favourable light than is warranted, fair or accurate).

Any licensee that wishes to enter into sponsorship arrangements for news and current affairs content should therefore consider the appropriateness of the product, service or company to sponsor news and current affairs content, i.e.:

- is the proposed sponsor often publicly involved in newsworthy controversies that might render its long-term sponsorship of news content inappropriate;
- is the proposed sponsor connected to a more controversial company and its presence as the sponsor indirectly highlights the additional, and more notorious, company which the licensee might not consider to be an acceptable organization to be connected to its news and current affairs content; and
- does the proposed sponsor have a public agenda or ambition to control the licensee's news and current affairs output (or news in general).

القيام بمثل هذه الترتيبات (ترتيبات الرعاية) قد تنطوي على احتمال التسبب بتعارض مع الخطوط العامة للإخبار، والتي يجب أن تلتزم بالحياد والموضوعية. لذلك فعلى الجهات المرخص لها أن تتوخى الحذر عند إدارتها للرعاية الخاصة بمثل هذا المحتوى، وهذا الحذر من شأنه أن يحدد فيما إذا كانت الرعاية الخاصة لمحتوى الإخبار وقضايا الساعة ستنتصف بالنجاح وحسن التنفيذ أو فيما إذا كان هنالك حاجة لوضع مجموعة أخرى من قواعد الحظر في المستقبل.

يترتب على رعاية محتوى الإخبار وقضايا الساعة قيام مسؤولية جديّة على عاتق الجهة المرخص لها من حيث ضمان دقة وحيادية المحتوى. نتيجة لذلك، فإن العلاقة بين الجهة المرخص لها والجهة الراعية يجب أن لا تنتقص من مسؤولية الجهة المرخص لها المتمثلة بقيامها بتوفير أخبار دقيقة ومحايدة.

يضع المجتمع ثقة كبيرة على صحة ودقة الأخبار وبالتالي يجب عدم المساس بهذه المصدقية والدقة من أجل التماسي مع متطلبات الجهة الراعية (مثل عدم نشر قصة معينة، أو تغيير الحقائق أو التركيز على قصة إخبارية معينة أو أن يتم تسليط الضوء على الجهة الراعية بصورة أكثر مما تستحق).

يجب على أي جهة مرخص لها ترغب بالدخول في ترتيبات لرعاية محتوى الإخبار أو محتوى قضايا الساعة، أن تأخذ بعين الاعتبار مدى ملائمة المنتج، أو الخدمة أو الشركة لرعاية محتوى إخباري أو محتوى قضايا الساعة. نعرض في ما يلي أمثلة لتوضيح المقصود بذلك:

- هل عادة ما تشكل الجهة الراعية المقترحة جزءاً من خلافات تستحق أن تكون أخباراً وبالتالي يصبح قيامها برعاية المحتوى الإخباري أمراً غير ملائماً على المدى الطويل.
- هل ترتبط الجهة الراعية المقترحة بشركة أخرى مثيرة للخلاف ومن شأن وجودها كجهة راعية أن يلقي الضوء بصورة غير مباشرة على هذه الشركة الأخرى والتي قد لا تعتبرها الجهة المرخص لها جهة مقبولة لتكون على اتصال أو علاقة بالمحتوى الإخباري أو الخاص بقضايا الساعة الخاصة بها؛ و
- هل لدى الجهة الراعية المقترحة خطة معروفة للشعب أو طموح بالسيطرة على أعمال محتوى الأخبار أو محتوى

In addition, licensees should:

- consider whether the sponsor's presence in and/or around news content should be **suspended** if the sponsor becomes (at any time) the subject of a significant news or current affairs report or allegation;
- ensure that the arrangements for how the sponsorship is to be conducted, and the appropriateness of the sponsor, are approved by the most senior editorial officer of the licensee; and
- consider publicly declaring that the news they provide is free from commercial influences. This declaration should be available to the audience (i.e. on the licensees' website).

قضايا الساعة الخاصة للجهة المرخص لها (أو بالسيطرة على الأخبار بشكل عام).

بالإضافة إلى ما تقدم، يجب على الجهة المرخص لها أن:

- تأخذ بعين الاعتبار فيما إذا كان عليها أن تعلق ظهور الجهة الراعية في محتوى الأخبار أو في محيط هذا المحتوى في حال أصبحت هذه الجهة (في أي وقت كان) موضوعاً اخبارياً مهماً أو لتقارير تخص قضايا الساعة أو أصبحت محلاً للاتهامات;
- تتأكد من أن الترتيبات الخاصة بكيفية تنفيذ الرعاية ومدى ملائمة الجهة الراعية قد تمت الموافقة عليها من قبل مسؤول التحرير الأعلى مرتبة لدى الجهة المرخص لها؛ و

تأخذ بعين الاعتبار التصريح العلني بأن الأخبار التي توفرها الجهة المرخص لها خالية من أي تأثير تجاري. مثل هذا الإعلان يجب أن يتم توفيره للجمهور أي منشوراً على الموقع الإلكتروني الخاص بالجهة المرخص لها.

PRODUCT PLACEMENT

Product placement is the deliberate inclusion of or reference to a product, service or trademark in editorial content in return for payment or any other consideration (i.e. it has some form of value) to the content maker. It is an innovative form of content funding that requires care in its implementation.

الإشارة الترويجية للمنتجات

ويعني ذلك التضمين أو الإشارة المتعمدة إلى منتج ما أو خدمة أو علامة تجارية ضمن المحتوى التحريري وذلك مقابل دفعة مالية أو أي تعويض آخر (ذو قيمة) لصانع المحتوى. وتعد هذه الطريقة شكلاً مبتكراً من أشكال تمويل المحتوى الذي يقتضي تحري عناية خاصة عند تطبيقه.

RULE 9.5: PRODUCT PLACEMENT OF PRODUCTS, TRADEMARKS AND/OR SERVICES IS PERMITTED (EXCEPT FOR IN NEWS AND CURRENT AFFAIRS CONTENT) PROVIDED THAT LICENSEES RETAIN EDITORIAL CONTROL AND INDEPENDENCE, AND THE AUDIENCE IS MADE AWARE OF THE FUNDING RELATIONSHIP/S IN PLACE. Particular requirements apply to any use of product placement in children's content.

Licensees must refer to the Guidance Notes for more information before they include any form of product placement in children's content. The CMA will consider prohibiting product placement in children's content if the spirit of the Guidance is not adhered to

Product placement can provide a valuable source of revenue that enables or supplements the creation of content. Executed sensitively and creatively, product placement can seamlessly integrate with content in a manner that does not (and should not) compromise the editorial purpose of the content. In order to ensure that

مادة 9.5: يُسمح استخدام الإشارة الترويجية للمنتجات و/أو العلامات التجارية و/أو الخدمات (باستثناء الاستخدام في محتوى الأخبار وقضايا الساعة)، شرط أن تحتفظ الجهات المرخص لها بكامل الاستقلالية والسيطرة التحريرية، كما يجب إطلاع الجمهور على العلاقات التمويلية القائمة. يتم تطبيق متطلبات معينة لأي استخدام للإشارة الترويجية في محتوى الأطفال ويجب على الجهات المرخص لها الرجوع إلى التعليمات الإرشادية للحصول على المزيد من المعلومات قبل استخدام أي شكل للإشارة الترويجية في محتوى الأطفال. ويمكن للهيئة حظر استخدام الإشارة الترويجية في محتوى الأطفال في حالة عدم الالتزام بالتعليمات الإرشادية

قد تشكل الإشارة الترويجية للمنتجات مصدراً قيماً للدخل يسهل أو يساهم في إنتاج المحتوى. عند تنفيذه بطريقة مبدعة ودقيقة، يمكن

product placement is conducted correctly, there are certain requirements that licensees should consider prior to dissemination.

MAKING THE AUDIENCE AWARE OF THE FUNDING RELATIONSHIP

It is appropriate that the audience knows when they are viewing content that contains product placement. Whilst the CMA does not intend to dictate to licensees how they make the audience aware of product placement, it does suggest that they consider incorporating at least one of the following:

- a pre-transmission announcement at the beginning of the content, that product placement is included; and/or
- an end credit (in the credits at the end of the programme) to inform the audience that it featured product placement. This could be in the form of a list detailing each of the products or services that was included and, where relevant, who provided them.

The CMA also considers that whichever form licensees adopt to inform audiences of the presence of product placement, they remain consistent in their approach. By adopting a standardized approach, the audience will quickly come to recognise and accept product placement as part of their overall viewing experience.

INCORPORATING PRODUCT PLACEMENT IN CONTENT

Licensees must carefully consider, and be in control of, how they incorporate products in content by tailoring and crafting content to seamlessly include a product in the narrative or editorial, for example:

- a drama might require a very expensive and unusual sports car for a villainous anti-hero to drive. The licensee could receive money from a car manufacturer to include their car in the relevant scenes. However, in incorporating the car, the emphasis of the drama should be the

للترويج المذكور أن يندمج بسلاسة ضمن المحتوى بطريقة لا (ولا) يجب أن) تضحي بالهدف التحريري للمحتوى. ولضمان تأدية الإشارة الترويجية بشكل صحيح، يجب على الجهات المرخص لها أن تأخذ بعين الاعتبار عدداً من المتطلبات قبل النشر و/أو البث.

إعلام الجمهور بطبيعة العلاقة التمويلية

من الملائم أن يعلم الجمهور باحتواء المحتوى الذي يشاهدونه على ترويج ضمنى. في حين أن الهيئة لا تنوي أن تملّي على الجهات المرخص لها كيفية إعلام الجمهور بتضمينها للترويج المذكور، فهي تقترح مع ذلك أن تفكر في إحدى الاقتراحات التالية:

- إعلان سابق للنشر يُعرض عند بداية المحتوى، حول ورود إشارة ترويجية للمنتجات؛ و/أو

- تضمين شكر ضمن اختتام المحتوى (ختام المحتوى) لإعلام الجمهور بوجود إشارة ترويجية لمنتج ما. قد يتم ذلك بشكل لائحة تفصل كل من المنتجات أو الخدمات المروّج لها مع ذكر من سيقدمها.

تعتبر الهيئة أيضاً أن مهما كانت الطريقة التي تتبعها الجهات المرخص لها لإعلام الجمهور باحتواء المحتوى على الإشارة الترويجية للمنتجات، عليها أن تبقى متماسكة في مقاربتها. فباعتقادها مقارنة متناسقة، سرعان ما يصل الجمهور للتعرف على وتقبل الإشارة الترويجية كجزء من التجربة الشاملة.

إدماج الإشارة الترويجية للمنتجات في المحتوى

يتوجب على الجهات المرخص لها التفكير بتأنٍ، والسيطرة على كيفية ضم الإشارة الترويجية للمنتجات إلى المحتوى وذلك من خلال صياغة المحتوى ليتكّيف بسلاسة مع هذا الدمج في سرد المحتوى وتحريره. على سبيل المثال:

narrative, and characterization of the villain, not the car. The car should therefore remain secondary and, whilst it can on occasion be in shot, it must not be featured in such a way that its presence becomes 'unduly prominent'. (Please note: the car manufacturer could also be the sponsor of the programme); or

- if flights are provided by an airline for a television series production that requires a location shoot in New York, the licensee can include a brief shot of the plane in the content and include a 'thank you credit' to the airline for having provided the flights, in the content's end credits.

USING PROPS IN CONTENT (WHERE NO FUNDING ARRANGEMENT EXISTS)

The legitimate use of props on the set of a drama (i.e. a book, bicycle, car or coffee maker) or for illustration purposes in a consumer advice programme is an important way for licensees, who cannot find funding partners and have limited production budgets, to support content creation.

Therefore, if a licensee acquires props for use in content that have a strong editorial purpose for being included or referred to - and there is no funding arrangement in place - this is not product placement. However, if a product is featured too prominently or for too long it might become 'unduly prominent' and breach Rule 9.6 of the Code. Please see the guidance for Rule 9.6 on page 54.

Licensees can provide a basic and brief text acknowledgement to the prop/s provider/s in the end credits of the content.

PRODUCT PLACEMENT IN CHILDREN'S CONTENT

Product placement in children's content is permitted and can provide licensees with a valuable source of income to invest in quality Arabic children's content. However, children are particularly vulnerable members of society and licensees have a duty of care to protect

- قد يتطلب عمل درامي استعمال سيارة رياضية باهظة الثمن تقودها الشخصية الشريرة المعادية للبطل. يمكن للجهات المرخص لها الحصول على المال من مصنع سيارات مقابل عرض سيارته في المشاهد المعنية. إلا أنه مع إظهار السيارة ضمن المحتوى، يجب أن يبقى تركيز المحتوى على السرد القصصي وعلى وصف الشخصية الشريرة وليس على السيارة التي يجب أن يبقى ظهورها ثانوياً. وفي حين أنها قد تظهر في بعض اللقطات، فإنه لا يجب أن تحظى "بأهمية غير مبررة". (يرجى الملاحظة: يمكن لمصنع السيارة أن يقدم الرعاية المالية للمحتوى)؛ أو

- في حال قدّمت شركة طيران ما تذاكر سفر لإنتاج مسلسل تلفزيوني يتطلب التصوير في موقع ما في نيويورك، يمكن للجهات المرخص لها أن تضمّ لقطاً للطائرة في المحتوى وإضافة "جملة شكر" لشركة الطيران في التعريفات الختامية للمحتوى.

استخدام للمنتجات في المحتوى (في غياب تسوية تمويل)

يعدّ الإستعمال القانوني للمنتجات ضمن تصوير الدراما التلفزيونية (أي كتاب أو دراجة، أو سيارة أو ماكينة القهوة) لأهداف تصويرية خلال محتوى لإرشاد المستهلك، طريقة مهمة تلجأ إليها الجهات المرخص لها، التي تعمل ضمن ميزانية محدودة للإنتاج وتعجز عن العثور على شركاء ممولين، لدعم إنتاجها للمحتوى.

لذلك، لا يدرج تحت خانة الإشارة الترويجية للمنتجات حصول الجهات المرخص لها على منتجات لإستعمالها ضمن المحتوى والتي يكون لإستعمالها أو الإشارة إليها هدف تحريري قوي، وفي غياب أي تسوية تمويلية. ولكن في حال تم إظهار المنتج بطريقة بارزة جداً أو لفترة طويلة، قد يصبح "بارزاً بلا مبرر" ويكون ذلك خرقاً للمادة 9.6 من اللائحة. الرجاء مراجعة التعليمات الإرشادية حول المادة 9.6 في الصفحة 54.

يمكن للجهات المرخص لها إضافة نص شكر موجز وأساسي للممولين وذلك ضمن المعلومات التعريفية الختامية للمحتوى.

الإشارة الترويجية للمنتجات ضمن محتوى الأطفال

them from products and/or services that have the potential to cause them harm or which are internationally recognized as inappropriate for inclusion in content made for them. This includes, but is not limited to:

- medical products;
- products that are high in fat, salt and sugar ("HFSS") (e.g. chocolates, sweets, fast food, soft drinks); and
- cosmetics (e.g. skin lightening products, hair dyes and colourants);

The CMA will periodically assess how product placement in children's content is conducted to ensure that the protection and safety of children is at the core of licensees' conduct. Licensees are also urged to read the Guidance for Rule 1 (The Protection of Children) at Page 2 of this document.

RULE 9.6: UNDUE PROMINENCE MUST NOT BE GIVEN TO A PRODUCT OR SERVICE WHETHER POLITICAL, CHARITABLE OR COMMERCIAL UNLESS EDITORIALY JUSTIFIED OR THE SUBJECT OF A FUNDING ARRANGEMENT

Undue prominence occurs when too much time or focus is given to a product or service in (audio-visual) content. It may result from:

- the inclusion of, or reference to, a product or service (including company names, brand names, logos) in content where there is no editorial justification; or importantly
- the way in which a product or service (including company names, brand names, logos) appears or is referred to.

تُعتبر الإشارة الترويجية للمنتجات مسموحاً بها ضمن محتوى الأطفال كما أنه يؤمن مصدر دخل قيم للجهات المرخص لها للاستثمار في محتوى الأطفال العربي ذات الجودة. إلا أنه لا بد من الإنتباه إلى أن الأطفال هم عناصر حساسة من المجتمع مما يفرض على الجهات المرخص لها واجب الحرص على حمايتهم من المنتجات و/أو الخدمات التي من المحتمل أن تسبب لهم الأذى أو المعترف بها عالمياً على أنها غير ملائمة للظهور أثناء المحتويات المعدة للأطفال. يتضمن ذلك ولا يقتصر على:

- المنتجات الطبية؛
- المنتجات المشبعة بالدهون والملح والسكر ("م.د.م.س.") (كالشوكولاتة والسكريات والأطعمة السريعة والمشروبات الغازية)؛ و
- مستحضرات التجميل (كالمواد المبيضة للبشرة، صبغات وملونات الشعر)؛

وستقوم الهيئة ، بشكل دوري، بتقييم كيفية تطبيق الإشارة الترويجية للمنتجات في محتوى الأطفال وذلك للحرص على أن تكون حماية وسلامة الأطفال جوهر سلوك الجهات المرخص لها. كما تحت الجهات المرخص لها على مراجعة التعليمات الإرشادية للمادة 1 من اللائحة في الصفحة 2.

مادة 9.6: لا يجب إعطاء أهمية لا مبرر لها لمنتج أو خدمة ذات صفة سياسية أو خيرية أو تجارية إلا في حال وجود مبرر للجهات المرخص لها أو تسوية تمويلية.

تنتج "الأهمية التي لا مبرر لها" عند تخصيص وقت، أو التركيز على منتج أو خدمة أكثر من اللازم في المحتوى (السمعي -بصري)، وقد ينتج ذلك من خلال:

- تضمين أو الإشارة الى منتج أو خدمة (ويشمل ذلك أسماء الشركات، أو أسماء العلامات التجارية، أو شعارات الشركات) في المحتوى، حيث لا يوجد أهمية أو مبررات للجهات المرخص لها من أجل ذلك التضمين أو الإشارة
- ظهور أو الإشارة الى المنتج أو الخدمة (ويشمل ذلك أسماء الشركات، أو أسماء العلامات التجارية، أو شعارات الشركات) في المحتوى.

RULE 10: ADVERTISING

This section applies to all forms of advertising disseminated by licensees. Advertising is the promotion of products, including goods, services, companies or ideas or any combination of these (whether paid for or not) by an organization or individual. Advertising primarily takes the form of spot advertising in broadcast media and display and classified advertisements in print but is not confined to these forms. (Please note: for guidance regarding arrangements for funding content production (including sponsorship and product placement) please refer to the guidance for Rule 9 on page 46).

The audience views advertising content as an integral part of everyday culture: a source of information and often entertainment. However, the acceptability of advertising relies heavily on trust so consumer protection and social responsibility are at the heart of the rules in this section.

مادة (10): الإعلان

ينطبق هذا الجزء على كافة أشكال الإعلان التي تبيّنها الجهات المرخص لها. ويعرّف الإعلان على أنه الترويج للمنتجات، بما في ذلك البضائع والخدمات والشركات أو الأفكار أو أي تركيب يشمل ما سبق (سواء تم الدفع مقابل ذلك) من قبل منظمة أو فرد. يأخذ الإعلان بصورة أساسية شكل الإعلان المصوّر في مجال البثّ الإعلامي، والإعلانات المعروضة المكتوبة والمبوبة في الإعلام المطبوع، ولكنه لا يقتصر على ذلك فحسب. (يرجى الملاحظة: لإرشاداتكم في ما يتعلق بالتسويات الخاصة بتمويل إنتاج المحتوى (بما في ذلك الرعاية المالية والإشارة الترويجية للمنتجات)، الرجاء مراجعة التعليمات الخاصة بالمادة 9 في الصفحة 46).

وينظر الجمهور إلى المحتوى الإعلاني على أنه جزء لا يتجزأ من الثقافة اليومية: فهو يشكل مصدر معلومات فضلاً عن التسلية في أغلب الأحيان. إلا أن مقبولية الإعلان تركز بشكل كبير على الثقة، لذلك تعدّ حماية المستهلك والمسؤولية الاجتماعية محور المواد الخاصة بهذا الجزء.

Rule 10.1: Licensees are responsible for ensuring the compliance of all advertising before it is disseminated, taking into account:

- the content of the advertising;
- where and when it is to be disseminated;
- the likely profile of the audience, and in particular whether the audience contains children; and
- the type of content that it is to be disseminated in, around or both

The objective of rule 10.1 is to reiterate to licensees that advertising content, produced by third parties, is the responsibility of licensees if they choose to disseminate it.

مادة 10.1: تعتبر من مسؤولية الجهات المرخص لها الحرص على امتثال كافة المحتويات الإعلانية قبل نشرها وبثّها، أخذة بعين الإعتبار التالي:

- محتوى الإعلان؛
- مكان وتوقيت عرض الإعلان؛
- نوعية الجمهور المحتملة، وخاصة إمكانية وجود الأطفال؛ و
- نوع المحتوى الذي سينشر الإعلان أثناءه، حوله أو الإثنين معاً

الهدف من المادة 10.1 التكرار للجهات المرخص لها بأن المحتوى الإعلاني المنتج من قبل أطراف ثالثة يعدّ من مسؤوليتها في حال اختارت نشره وبثّه.

RULE 10.2: ALL FORMS OF ADVERTISING MUST:

- be legal, decent, honest and truthful;
- not contain messages of a political or controversial nature;
- be prepared with a sense of responsibility towards the audience and towards wider UAE society;
- fully consider and be respectful of religion and different cultures; and
- not use subliminal techniques

The objective of rule 10.2 is to ensure reliable standards in advertising in accordance with both the expectations of consumers and internationally recognized good practice. It is also important for licensees to accept that in addition to having to comply with the Code, advertising must also comply with any applicable Federal and Abu Dhabi laws to ensure compliance with the law.

'Subliminal' means brief aural or visual messages that are below the normal threshold of perception. This reflects concern that whilst the audience might not be aware of a 'subliminal' message they could nonetheless be affected by or respond to it. The use of such techniques is therefore forbidden.

RULE 10.3: ADVERTISING MUST BE CLEARLY (I.E. VISIBLY AND/OR AURALLY) SEPARATED FROM EDITORIAL CONTENT

In audio-visual content, advertising and teleshopping should be distinguished from editorial content either visually or aurally. This means that there should be some recognisable indication, to the audience, as to the separation between the two. Some licensees may wish to use a 'break bumper' which clearly states "advertising". However, some licensees may consider that it is sufficient to separate the end of a programme and the start of an advertising break by inserting an item of programme promotion (generically referred to as a promo). It is for licensees to decide how best to provide adequate separation between the two types of content provided it is clear to audiences.

In addition, advertisers must have no influence on licensees' editorial content or the way in which it is scheduled.

مادة 10.2: يجب على كافة أشكال الإعلان أن:

- تكون قانونية، ولانقة، وصادقة ونزيهة؛
- لا تحتوي على رسائل ذات طبيعة سياسية أو مثيرة للجدل؛
- تحضّر بحسب من المسؤولية تجاه الجمهور بشكل خاص ومجتمع الإمارات العربية المتحدة بشكل عام؛
- تأخذ بعين الاعتبار اختلاف الثقافات بشكل كامل وتحترم ذلك؛ و
- لا تستعمل التقنيات التي تستهدف لا وعي الجمهور

الهدف من المادة 10.2 هو ضمان معايير موثوقة في الإعلان وفقاً لتوقعات المستهلكين والممارسة الحسنة المتفق عليها عالمياً. من المهم أيضاً أن تفهم الجهات المرخص لها أنه إلى جانب تطبيق اللائحة، يجب على الإعلان أن يتوافق أيضاً مع أية قوانين سارية إتحادية أو خاصة بأبوظبيي لأجل ضمان التقيد بالقانون.

وتعني عبارة "استهداف اللا وعي" الرسائل المرئية أو الشفهية التي لا تصل إلى مستوى الإدراك العادي. ويتسبب ذلك بالقلق لأنه في حين أن الجمهور قد لا يعي تلقي هكذا رسائل، فهو مع ذلك قد يتأثر بها أو يستجيب لها. لذلك، يعتبر استخدام تقنيات من هذا النوع أمر محظور.

مادة 10.3: يجب أن يتم الفصل بشكل واضح (أي بشكل مرئي و/أو شفهي) بين الإعلان والمحتوى التحريري

يجب التمييز، في المحتوى المرئي والمسموع، بين الإعلان والتسوق التلفزيوني، وبين المحتوى التحريري إما بشكل مرئي أو شفهي. يعني ذلك ضرورة وجود إشارة واضحة يمكن للجمهور تمييزها في ما يتعلق بالفصل بين الإثنين. قد ترغب بعض الجهات المرخص لها باستعمال "فاصل" يذكر بوضوح "إعلان". إلا أن بعض الجهات المرخص لها قد تعتبر أنه يكفي لفصل نهاية البرنامج عن بداية الفاصل الإعلاني، إدخال مادة تعنى بتقديم برنامج. يعود للجهات المرخص لها أن تتخذ

RULE 10.4: ADVERTISING MUST NOT CONTAIN ANYTHING, OR BE SCHEDULED OR PLACED IN SUCH A MANNER, THAT IS LIKELY TO CAUSE SERIOUS AND/OR WIDESPREAD OFFENCE

Consumers receive advertising in a very different way to how they receive editorial content. This is because they generally choose what editorial content to consume but generally have no control over what advertising content they are subjected to. In addition, licensees could rarely argue that any offence caused in advertising was 'in context' or 'editorially justified' because it would be very difficult for a licensee to argue that an advert which contained offensive or harmful content had a legitimate purpose other than to prompt or shock the audience into buying a particular product or service.

The only legitimate exemption to the above would be in the case of public service advertising which might deliberately use shock tactics to enforce an important public health message (such as promoting the use of seat belts or awareness of carbon monoxide poisoning in the home). Licensees should still consider the appropriate scheduling or placement of such public service advertising particularly in relation to a likely child audience.

Offence could be caused if advertising contains content that:

- could cause physical, mental, moral or social harm to children or implies that children are likely to be ridiculed or are inferior to others if they or their family do not use a particular product or service;
 - is likely to be in breach of generally accepted moral, social or cultural standards including, but not limited to, religion, culture, race, disability and human dignity;
 - contains anything that condones or is reasonably likely to provoke or encourage racism, or anti-social behavior;
 - is disrespectful towards the cultural identity of the UAE, Arab culture, customs and heritage;
- or

القرار بشأن الطريقة المثلى لتوفير فصل مناسب بين نوعين مختلفين من المحتوى المقدم للجمهور.

إضافة إلى ذلك، يجب أن لا يكون للإعلانين أي تأثير على المحتوى التحريري الخاص بالجهات المرخص لها أو على طريقة جدولته.

مادة 10.4: لا يجب على الإعلان أن يحتوي على أي شيء، أو أن يكون معروفاً بطريقة ما أو في ساعة ما قد تتسبب بإساءة خطيرة و/أو واسعة الانتشار.

يتلقى المستهلكون الاعلان بطريقة مختلفة عن تلقيهم للمحتوى التحريري. وذلك لكونهم يختارون المحتوى التحريري الذي يرغبون باستهلاكه بصورة عامة، ولكنهم عادة لا يملكون السيطرة على المحتوى الاعلاني الذي يتعرضون له. بالإضافة الى ذلك فان من النادر ان تقول الجهات المرخص لها عن اي اساءة تسبب الاعلان بها انها جاءت ضمن السياق او ضمن مبررات الجهات المرخص لها، لانه سيكون من الصعب على الجهات المرخص لها ان تقول ان الاعلان الذي يحتوي على الاساءة أو الاذى له غرض قانوني آخر غير ان يروج أو يصدم الجمهور من اجل شراء أو استخدام منتج أو خدمة ما.

إن الاستثناء القانوني الوحيد سيكون في حالة اعلانات الخدمة العامة والذي قد يلجأ إلى الإستعمال المتعمد لوسائل تصدم الجمهور وذلك لفرض رسالة مهمة تعنى بالصحة العامة (كالتشجيع على استخدام حزام الامان او زيادة الوعي حول التسمم بأول اوكسيد الكربون في المنازل). يجب على الجهات المرخص لها التفكير بالطريقة المثلى لجدولة وعرض مثل هذا المحتوى خاصة في ما يتعلق بإمكانية وجود الأطفال بين الجمهور.

يمكن التسبب بالإساءة في حال تضمّن الإعلان محتوى:

- قد يتسبب بأذى جسدي أو فكري أو أخلاقي أو إجتماعي لدى الأطفال، أو قد يوحي باحتمال السخرية من الأطفال أو التقليل من شأنهم في حال عدم استعمالهم أو أهلهم لمنتج أو خدمة معينة؛

- is inappropriately scheduled during a particular period of time (i.e. during Ramadan) or at the wrong audience (i.e. around content made for or aimed at children where the product is unsuitable to be targeted at them).

RULE 10.5 ADVERTISING MUST NOT ABUSE THE TRUST OF THE AUDIENCE OR MISLEAD THEM THROUGH INACCURACY, AMBIGUITY, EXAGGERATION OR OMISSION. THIS INCLUDES THE FINANCIAL TERMS UNDER WHICH PRODUCTS OR SERVICES ARE OFFERED.

Advertising must not set out, through intention or by default, to abuse the trust of the audience. Nothing should be included in advertising which could give an exaggerated or misleading impression of a product or its alleged performance. In particular, if fantasy is used as a creative treatment special care is required to ensure that the true nature of the product or service is accurately reflected. This is especially important for advertising aimed at children.

Any financial terms under which products or services are offered should be clear, not mislead the audience and should provide them with the necessary information to make an informed decision about their choice/s.

RULE 10.6: ANY PRODUCT THAT REQUIRES A LICENSE BY LAW TO ADVERTISE (INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, MEDICAL PRODUCTS) MUST ONLY BE ADVERTISED IF A PERMIT FROM THE RELEVANT AUTHORITY HAS BEEN ISSUED.

The Code is clear that licensees should ensure that [any] disseminated content "conforms with all relevant legislation..." With regard to advertising, it is particularly important from a consumer protection point of view, that licensees ensure they are aware of all Federal and Emirate laws or obtain legal advice where necessary to comply with all relevant legislation.

RULE 10.7: LICENSEES MUST ENSURE THAT THEY DO NOT DISSEMINATE ANY ADVERTISING FOR PRODUCTS OR SERVICES THAT ARE PROHIBITED FROM ADVERTISING UNDER FEDERAL OR ABU DHABI LAW E.G. TOBACCO. THIS INCLUDES ANY SURREPTITIOUS ADVERTISING FOR SUCH PRODUCTS.

- من المحتمل أن يخالف المعايير الأخلاقية والاجتماعية والثقافية المعترف بها بشكل عام والتي تشمل دون الحصر الدين والثقافة والعرق والإعاقة والكرامة الإنسانية؛
- يشمل على ما يتقاضى أو من المحتمل أن يحرّض أو يشجع على التعصّب العرقي أو السلوك المعادي للمجتمع؛
- يقلّل من احترام الهوية الثقافية للإمارات العربية المتحدة والثقافة العربية والتقاليد والإرث؛ أو
- مجدول عرضه بطريقة غير ملائمة خلال فترة زمنية معينة (أي أثناء رمضان) أو موجّه لنوعية الجمهور الخاطئة (أي يتضمّن محتوى معدّ وموجه للأطفال في حين أن المنتج غير ملائم لهذه الشريحة).

مادة 10.5: لا يجب للإعلان أن يسيء استعمال ثقة الجمهور أو يضلّهم من خلال انعدام الدقة أو الغموض أو المبالغة أو الحذف. ويتضمن ذلك الشروط المالية التي تقدم بموجبها المنتجات أو الخدمات.

لا يجب أن يعرض الإعلان لاستغلال ثقة الجمهور عن قصدٍ أو عن طريق الخطأ. لا يجب تضمين الإعلان على أي شيء قد يعطي فكرة مبالغية أو مضلّة حول المنتج أو أدائه المزعوم. ونذكر بشكل خاص أنه في حال تمّ اللجوء للخيال ك معالجة إبداعية للإعلان، يجب عندها تحري عناية خاصة للحرص على أنه تمّ نقل طبيعة المنتج أو الخدمة الحقيقية بدقة. إن ذلك ضروري بشكل خاص في الإعلانات الموجهة للأطفال.

يجب أن تكون أي شروط مالية تقدّم بموجبها المنتجات أو الخدمات، واضحة وغير مضللة للجمهور، كما يجب تزويد هذا الأخير بالمعلومات الضرورية لاتخاذ قرار مبني على دراية كاملة بشأن اختياراته.

مادة 10.6: إن أي منتج يفرض القانون الحصول على ترخيص للإعلان عنه (يتضمن ذلك ولا يقتصر على المنتجات الطبية)، يجب أن يتم ذلك فقط في حال صدور رخصة للإعلان عنه من الجهات المعنية.

إن اللائحة واضحة جداً في ما يتعلق بواجب الجهات المرخص لها الحرص على أن يكون (أي) محتوى يتمّ نشره وبثه "متوافق مع كافة التشريعات المعنية..." بالنسبة للإعلان، من الضروري أن تحرص الجهات المرخص لها، من وجهة نظر حماية المستهلك بشكل خاص،

Licensees are responsible for ensuring that all products and services they accept advertising for are permitted to advertise under Federal and Abu Dhabi law. Failure to do so could result in criminal prosecution. Advertising should therefore comply with all relevant and applicable Federal and Abu Dhabi laws and should take due care not to omit anything that the law requires to be included.

An advertisement for an *acceptable* product or service may be unacceptable if its effect would be to surreptitiously publicise directly or indirectly an unacceptable product or service. This will depend on whether the advertisement contains any visual or aural reference to the brand name or trade name of an unacceptable product/service, logo, trademark, theme music, slogan or copyline commonly associated with the unacceptable product/service or any advertisement for it.

RULE 10.8: INDIVIDUALS SHOULD BE PROTECTED FROM INFRINGEMENTS OF PRIVACY AND SHOULD NOT NORMALLY BE PORTRAYED, CARICATURED, IMPERSONATED OR OTHERWISE REFERRED TO IN ADVERTISING, WITHOUT THEIR PERMISSION BEING OBTAINED

Living individuals should be protected from unwarranted infringements of privacy and care should be taken to avoid any reference in advertising to a deceased person which might offend or upset the deceased person's surviving relatives, or the audience.

على أن تكون على دراية كاملة بكافة القوانين الاتحادية وتلك الخاصة بالإمارة، أو أن تلجأ لمشورة قانونية، عند الحاجة، للعمل وفق كافة التشريعات المعنية بالموضوع المذكور.

مادة 10.7: يجب أن تحرص الجهات المرخص لها على عدم نشر وبث أي إعلان خاص بمنتجات أو خدمات يحظر الإعلان بشأنها بموجب قانون إتحادي أو قانون أبوظبي مثل منتجات التبغ. ويشمل ذلك أي إعلان خفي بشأن هذه المنتجات.

يتوجب على الجهات المرخص لها الحرص على أن كافة المنتجات والخدمات التي تتولى الإعلان بشأنها مسموحة وفق القانون الإتحادي وقانون أبوظبي، وقد يؤدي عدم القيام بذلك إلى محاكمة جنائية. لذلك يجب على الإعلان أن يعمل بكافة القوانين السارية الاتحادية والخاصة بأبوظبي كما ينبغي أن تحري عناية خاصة لعدم الإغفال عن أي شيء يفرض القانون تضمينه.

قد لا يكون الإعلان بشأن منتج موافق عليه مقبولاً في حال كان يُستخدم للترويج الخفي، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، لمنتج أو خدمة غير موافق عليها. ويعتمد ذلك على ما إذا تضمن الإعلان إشارة مرئية أو سمعية لعلامة أو اسم تجاري خاص بمنتج/خدمة غير موافق عليها، أو شعار مرسوم أو علامة تجارية أو موسيقى وتُنسب إليها أو جملة أو شعار يرتبط عادة بالمنتج/الخدمة غير الموافقة عليها أو أي إعلان بشأنه.

مادة 10.8: يجب حماية الأفراد من انتهاكات الخصوصية كما يجب عدم تصويرهم في الإجمال أو رسمهم كاريكاتورياً أو انتحال شخصيتهم أو الإشارة إليهم خلال الإعلان، وذلك دون الحصول على إذن منهم.

يجب حماية الأشخاص الأحياء من انتهاك خصوصيتهم غير المبررة كما يجب تحري العناية لتفادي أية إشارة ضمن الإعلان لشخص متوفٍ الأمر الذي قد يسيء إلى أو يسبب الحزن لأقربائه الأحياء أو الجمهور.