

CREATIVE ZONE – ABU DHABI
CONTENT CODE

المنطقة الإبداعية – أبوظبي
اللائحة التشريعية للمحتوى

RULES

	Page	الصفحة	القواعد
1. THE PROTECTION OF CHILDREN	6	6	1. حماية الأطفال
2. HARM AND OFFENCE	8	8	2. الإساءة والضرر
3. CRIME	9	9	3. الجريمة
4. RELIGION	10	10	4. الدين
5. ACCURACY AND IMPARTIALITY	11	11	5. الدقة والحيادية
6. FAIRNESS	13	13	6. العدل والإنصاف
7. PRIVACY	15	15	7. الخصوصية
8. INTERACTIVITY	17	17	8. التفاعلية
9. ARRANGEMENTS FOR FUNDING CONTENT (INCLUDING SPONSORSHIP AND PRODUCT PLACEMENT)	19	19	9. تمويل المحتوى (بضمنها الرعاية التجارية والدعاية الخفية)
10. ADVERTISING	21	21	10. الإعلان

INTRODUCTION

The media exerts a strong influence on society as a source of entertainment, information and education. It is therefore important that the media acts responsibly.

The Creative Zone – Abu Dhabi Content Code (the “**Code**”) sets out the editorial standards which must be maintained by all individuals or entities operating from the Creative Zone – Abu Dhabi (“**licensees**”) who publish, broadcast and/or communicate content to the public. The Code is a transparent and proportionate regulatory framework that provides the appropriate level of protection for society while minimizing the impact on licensees’ commercial productivity and innovation.

The Code applies to all licensees who have binding obligations under the Licensing Regulations. This means that licensees must ensure that they comply with the terms of their license, the Code and any associated regulatory codes and guidance published by the Creative Media Authority – Abu Dhabi (the “**CMA**”). Whilst licensees can disseminate content about any subject they choose, they should ensure that it conforms with all relevant UAE legislation and Creative Zone – Abu Dhabi regulations, including the Code.

The CMA provides separate Guidance Notes which give further detailed information to assist licensees on the application of the rules in a variety of circumstances.

مقدمة

يمارس الإعلام تأثيراً قوياً على المجتمع، كونه مصدراً للترفيه والمعلومات والتعليم وعليه، فمن المهم أن يتحلّى الإعلام بروح المسؤولية.

تحدّد اللائحة التشريعية للمحتوى (يُشار إليها بـ “اللائحة”) الخاصة بالمنطقة الإبداعية – أبوظبي المعايير التحريرية التي يجب أن يتحلّى بها الافراد أو الكيانات العاملة من المنطقة الإبداعية – أبوظبي (“الجهات المرخص لها”) التي تنشر أو تبثّ و/أو ترسل المحتوى إلى الجمهور. وتشكّل اللائحة إطار عمل تشريعي شفاف ومتناسق، يتيح مستوى مناسب من الحماية للمجتمع، وهو يقلل من الأعباء على الإنتاجية التجارية والإبداع لدى الجهات المرخص لها.

تسري اللائحة على كافة الجهات المرخص لها الخاضعة للالتزامات ملزمة يفرضها نظام الترخيص. ما يعني أن على الجهات المرخص لها أن تحرص على الامتثال لشروط ترخيصها واللائحة وأيّة لوائح تشريعية وإرشادية ذات صلة تصدر عن هيئة الإعلام الإبداعي – أبوظبي (الهيئة). وفي حين أنه يجوز للجهات المرخص لها نشر وبث محتوى حول أي موضوع تختاره، غير أن عليها مراعاة كافة تشريعات دولة الإمارات العربية المتحدة وأنظمة المنطقة الإبداعية – أبوظبي، بما في ذلك اللائحة.

توفّر الهيئة تعليمات إرشادية مستقلة تقدم معلومات أكثر تفصيلاً لمساعدة الجهات المرخص لها على تطبيق القوانين في مختلف الظروف.

Key Principles of the Code

المبادئ الأساسية للائحة

The Code is underlined by three key principles:

ترتكز اللائحة على ثلاثة مبادئ أساسية وهي التالية:

- 1. حرية التعبير:** وهي من الحريات التي كفلها دستور دولة الإمارات العربية المتحدة. ومع ذلك فعند ممارسة حرية التعبير، فإن من المتأمل أن تتصرف الجهات المرخص لها في كل الأوقات على أنها عنصر مساهم ومشارك ومسؤول في المجتمع.
- 2. واجب مراعاة التوقعات الثقافية والاجتماعية:** تقرر اللائحة وتدرك أهمية التوازن بين حرية التعبير وواجب مراعاة التوقعات الثقافية والاجتماعية للمجتمع. وتشمل التوقعات الثقافية التي تحددها اللائحة بصفة خاصة المعايير السائدة والمقبولة عموماً في دولة الإمارات مثل الدين والأسر الحاكمة والخصوصية.
- 3. مسؤولية الامتثال لللائحة تقع على عاتق الجهات المرخص لها:** الجهات المرخص لها هي المعنية بالتحكم بالقرارات المرتبطة بالمحتوى الذي تنشره وتبثه، وهي مسؤولة عن عدم الامتثال لللائحة. وتشكل اللائحة وإرشاداتها المرافقة إطار العمل التشريعي العام للهيئة، الأمر الذي يوفر هيكلية واضحة للجهات المرخص لها لممارسة أعمالها واتخاذ القرارات المسؤولة والمتبصرة حول المحتوى الذي تنشره وتبثه.

Factors CMA will consider when applying the Code

العوامل التي ستراعيها الهيئة عند تطبيقها لللائحة

The CMA will not make decisions confirming whether specific content complies with the Code prior to dissemination; this is the responsibility of the licensee.

لا تتخذ الهيئة أي قرارات حول مدى امتثال محتوى ما لللائحة قبل نشره أو بثه، إذ إن هذا التقدير هو من مسؤولية الجهات المرخص لها.

In considering any alleged breaches of the Code, the CMA will have regard to the steps taken by licensees to understand and comply with the Code. These steps could include:

عند النظر في أي مخالفات لللائحة، ترجع الهيئة إلى الخطوات التي اتخذتها الجهات المرخص لها لفهم اللائحة والامتثال لأحكامها. وقد تتضمن تلك الخطوات:

- internal compliance processes; إجراءات داخلية للامتثال؛
- editorial review; مراجعة تحريرية؛
- evidence of referral to senior management; and أي إثبات على إحالة المحتوى إلى الإدارة العليا؛
- relevant training and supervision of all staff involved in the licensee's production, content buying and scheduling processes. التدريب والإشراف على كافة الموظفين لدى الجهة المرخص لها المشاركين في عمليات الإنتاج وشراء المحتوى ووضع الجداول الزمنية.

The CMA may from time to time amend this Code and the associated Guidance Notes where appropriate.

يجوز للهيئة من وقت لآخر تعديل هذه اللائحة والتعليمات الإرشادية المرافقة لها كلما رأت ذلك مناسباً..

Useful Definitions

تعريفات مفيدة

Context:

السياق:

Context includes but is not limited to:

يشتمل السياق على ما يلي ولا يقتصر عليه:

- the nature and type of the service as a whole (e.g. free to air, pay tv, newspapers, etc); طبيعة ونوع الخدمة في مجملها (مثل البث المجاني، التلفزيون برسوم، الصحف وغيرها؛
- the time or method of dissemination and the likely composition, and expectations of, the audience; وقت أو طريقة النشر أو البث والفئات المحتملة من المشاهدين بالإضافة إلى توقعاتهم؛
- the cultural and social norms prevailing in the areas or territories where the content is likely to be received or accessed; المعايير الثقافية والاجتماعية السائدة في المناطق أو الأقاليم والتي يحتمل عرض أو نشر أو بث المحتوى فيها؛
- the degree of harm and offence likely to be caused by the inclusion of the content; حجم الضرر أو الإساءة التي من المحتمل أن يتسبب بها نشر أو بث المحتوى؛
- other content adjacent to the published or disseminated content (e.g. what is being shown next to the content in question); and المحتويات الأخرى المجاورة للمحتوى المنشور (مثل ما هو معروض جنب المحتوى الذي يجري الحديث عنه)؛ و

- the extent to which adequate information about the content is provided to the audience (e.g. warnings to the audience).

Editorial Justification:

Editorial justification is the reason the licensee has made and disseminated the content. Reasons must be considered carefully by the licensee, particularly if the content has the potential to harm. Content that has the potential to cause harm must always be justified by the editorial needs of the content, taking into account any relevant additional context. Editorial justification can include, but is not limited to:

- content that is appropriate for inclusion due to its creative or artistic merit;
- content that should be disseminated because it is beneficial to society e.g. protecting public health & safety, exposing corruption and/or injustice; and
- content that is included as factual reporting.

Audio-visual services:

Audio-visual services are all media services which make audio-visual content available to the public, either for free, or as part of a subscription service. It includes:

- linear broadcast which comprises traditional television and radio broadcasting where simultaneous viewing is offered on the basis of a chronological schedule, determined in advance by those who exercise editorial responsibility for the service; and

- حجم المعلومات الدقيقة عن المحتوى المقدمة للجمهور (مثل التحذيرات للمشاهدين).

المبررات التحريرية

المبررات التحريرية هي الأسباب التي دفعت بالجهات المرخص لها إلى عمل المحتوى وبثه أو نشره. ومن هنا فلا بد للجهات المرخص لها أن تولي عناية فائقة لهذه الأسباب وخاصة إذا كان ثمة احتمال بأن يتسبب المحتوى بأي ضرر. لذا فلا بد لأي محتوى يُحتَمَل أن يتسبب في إحداث أي ضرر أن يكون له ما يبرره من الاحتياجات التحريرية مع مراعاة أي سياقات إضافية ذات صلة. ويمكن للمبررات التحريرية أن تشمل ما يلي على سبيل المثال لا الحصر:

- أن يكون المحتوى مناسباً للإدراج نظراً لما يتمتع به موضوعه من مزايا فنية أو إبداعية.
- وجوب نشر أو بث المحتوى نظراً لما ينطوي عليه من نفع للمجتمع، كأن يتعلق مثلاً بحماية الصحة العامة والسلامة أو كشف الفساد أو الظلم.
- أن المحتوى يشتمل على وقائع توثيقية.

الخدمات السمعية والمرئية:

الخدمات السمعية والمرئية هي جميع الخدمات الإعلامية التي تتيح للجمهور الاطلاع على محتوى مرئي ومسموع مجاناً أو كجزء من الخدمات المقدمة عن طريق الاشتراك. تشتمل هذه الخدمات على:

- البث الخطي الذي يشمل البث الإذاعي والتلفزيوني حيث تقدم العروض في وقت واحد وفق جدول زمني محدد مسبقاً من قبل أولئك الذين يحملون على عاتقهم مسؤولية تحرير الخدمة.

- on-demand and non-linear services (for example, internet streaming and Video-on-Demand services) and interactive games and user-generated sites, where the main focus of the service is the delivery of audio-visual content.

الخدمات الغير خطية والخدمات حسب الطلب، على سبيل المثال خدمات البث عبر الإنترنت والفيديو حسب الطلب والألعاب التفاعلية بالإضافة إلى المواقع التي يقوم المستخدم بإنشائها حيث يكون التركيز الرئيسي في هذه الخدمة منصباً على تقديم المحتوى المرئي والمسموع.

RULES

القواعد:

RULE 1 – THE PROTECTION OF CHILDREN

قاعدة (1): حماية الأطفال

The dignity, welfare and safety of children is paramount and all children have a right to be safeguarded from harm.

كرامة الطفل ورفاهه وسلامته الطفل هي أولى الأولويات ولكل طفل الحق في الحماية من الضرر.

Rule 1.1: Licensees must take appropriate steps to protect children from content that is unsuitable for them. Licensees must:

1.1: على الجهات المرخص لها اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية الأطفال من أي محتوى غير مناسب لهم، وعليهم أيضاً التقيد بما يلي:

- (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.

(أ) عدم نشر أو بث أي محتوى غير مناسب كجزء من محتوى مخصص أو موجه خصيصاً للأطفال.

(ب) عند الانتقال لمحتوى أكثر ملاءمة للبالغين، لا يجب أن يكون الانتقال فجائياً أو غير منطقي، وعلى الجهات المرخص لها وضع التحذيرات التي تلزم لذلك إذا دعت الحاجة.

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:

1.2: عدم تضمين أي محتوى معد خصيصاً للأطفال أو يتوقع أن يجذب شريحة واسعة منهم أي مادة قد يكون من شأنها إلحاق الضرر بالتطور العقلي أو الأخلاقي أو البدني للطفل، ومن أمثلة ذلك ما يلي:

- (a) material condoning, encouraging or glamorizing the use of illegal drugs, the abuse of prescription drugs, smoking, solvent abuse and the use of alcohol;

(أ) المواد التي تشجع أو تمجّد أو تغض الطرف عن تناول العقاقير المخدرة أو إساءة استخدام الوصفات الطبية أو التدخين أو إدمان السوائل المنيية أو تناول الكحوليات.

- (ب) المواد التي تصف أو تصوّر ممارسة العنف اللفظي أو الجسدي أو ممارسة السلوكيات الخطرة وبصفة خاصة تلك التي يسهل على الأطفال تقليدها.
- (ت) البذاءة في الكلام كالسباب والشتم والألفاظ العنصرية وبعض الأشكال اللغوية الأخرى والتي يقصد بها تحقير الآخر والتي من أمثلتها ألفاظ المتطرفين.
- (ث) تمثيل أو مناقشة أو تصوير السلوك أو الممارسات الجنسية والتعري.
- (ج) تجمعات ممارسة السحر والشعوذة.
- (ب) material depicting or describing violence, whether verbal or physical and/or dangerous behaviour, 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 behavior, and nudity; and
- (e) demonstrations of exorcism and the paranormal.

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:

- (أ) الحصول على موافقة والد الطفل أو الوصي عليه قبل إشراكه في المحتوى، وكذلك الحصول على موافقة الطفل نفسه (إن أمكن) بعد توضيح محتوى التجربة له بصورة كاملة.
- (ب) لا يجوز أن تتسبب مشاركة الطفل في المحتوى بأي نوع من أنواع الإزعاج أو القلق له.
- (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.

RULE 2: HARM AND OFFENCE

Generally accepted standards regarding the social, cultural, moral and religious values that apply in the UAE must be applied to all forms of disseminated media content (this includes user-generated material that has been provided by the audience and disseminated by the licensee). This ensures that adequate protection for members of the public - from the inclusion of harmful and/or offensive content - is provided at all times.

قاعدة (2): الإساءة والضرر

يتعين الالتزام بالأعراف الاجتماعية والثقافية والقيم الدينية والأخلاقية المقبولة عموماً والمعمول بها داخل الإمارات العربية المتحدة عند نشر أي شكل من أشكال المحتوى الإعلامي (بما في ذلك المواد التي ينتجها الجمهور وتنتشرها أو تبثها الجهات المرخص لها). وبهذا نضمن الحماية الدائمة لأفراد المجتمع من أي ضرر أو إساءة قد ترد في أي محتوى.

Rule 2.1: Content that has the potential to cause offence must be justified by the context (please note the definition of context on page 4). Such content includes, but is not limited to: offensive language, violence, nudity, 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).

2.1: يجب أن يكون لأي محتوى يحتمل أن يسبب أي إساءة سياق محدد يبرره (رجاء مراجعة تعريف السياق الوارد ذكره في صفحة 4)، ويشتمل مثل ذلك المحتوى ودون أن يقتصر على ما يلي: اللغة البذيئة والعنف والممارسات الجنسية والعري والعنف الجنسي والإذلال والقهر وانتهاك الكرامة الإنسانية والمعاملة أو اللغة التي تغذي الإجحاف بحق فئات من المجتمع كفئة كبار السن وذوي الإعاقة أو بسبب الجنس أو العرق أو المعتقدات أو الديانة (بالإشارة إلى الدين الإسلامي على وجه الخصوص).

Rule 2.2: Content that has the potential to harm must be editorially justified (please note the definition of editorial justification on page 5). The potential to harm includes, but is not limited to, content that might encourage the audience to behave in a dangerous manner or which might cause them, or other people, physical, psychological or moral harm.

2.2: يجب أن يكون لأي محتوى يحتمل أن يسبب ضرراً ما يؤيده من المبررات التحريرية (رجاء مراجعة تعريف المبررات التحريرية في صفحة 5)، وتشتمل احتمالات الضرر على سبيل المثال لا الحصر: أن يحرض المحتوى فئات الجمهور على ممارسة السلوكيات الخطرة أو التي ربما تعرض الجمهور أو الآخرين لأضرار بدنية أو نفسية أو أخلاقية.

Rule 2.3: Content must not:

2.3: لا يجوز أن يشتمل للمحتوى على ما يلي:

- show detailed methods of suicide and self-harm (unless such references can be strongly editorially justified by the context);
- use subliminal techniques to convey a message to the audience or to influence their minds without their being aware of what has occurred;
- 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; or
- 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.

- عرض تفاصيل عن طرق وأساليب الانتحار أو إيذاء النفس (ما لم يكن سياق الأحداث يبرر ذلك بقوة لاعتبارات تحريرية).
- استخدام تقنيات عالية ومعقدة لتوصيل رسالة معينة للجمهور دون وعيهم بها أو التأثير على عقولهم دون أن يدرك الجمهور حقيقة ما يحدث.
- استخدام الأضواء الساطعة أو بعض التقنيات المشابهة والتي يحتمل أن تثير حالات الصرع للأفراد الذين يعانون من حساسية لتلك الأضواء أو النمذج المشابهة، وإذا كان عرض مثل هذا المحتوى أمراً لا بد منه كأن يرد في سياق تقارير إخبارية تظهر ومضات سريعة للكاميرا فإنه يتعين التنويه عن ذلك بالتحذيرات اللفظية والنصوص التحذيرية على الشاشة قبل بدء النشر أو البث.
- الانتقاص من حكام المنطقة أو توجيه انتقادات لاذعة لهم. وهذا يعكس المكانة التي يحتلها الحاكم في المنطقة وتوقعات الجمهور حول كيفية إظهارهم في وسائل الإعلام.

قاعدة (3): الجريمة

RULE 3: CRIME

Content that advocates or encourages crime, criminal activities, terrorism, public disorder and anti-social behaviour must not be disseminated at any time.

لا يجوز في أي وقت من الأوقات نشر أو بث أي محتوى يشجع أو يحرض على الجريمة أو الممارسات الإجرامية أو الأعمال الإرهابية أو السلوكيات المعادية للمجتمع.

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 the advocating of terrorism).

3.1: لا يجوز أن يتضمن المحتوى ما يحرض أو يحث الجمهور على ارتكاب الجريمة أو يؤدي بهم إلى حالة من الفوضى (بما في ذلك الكراهية أو التعصب العرقي أو الديني أو التحريض أو التحفيز على ممارسة الأعمال الإرهابية).

Rule 3.2: Licensees must take all reasonable steps not to disseminate content that could endanger lives or prejudice the ability of competent bodies to deal with a hijack, kidnapping or terrorist activity.

3.2: على الجهات المرخص لها اتخاذ جميع الاحتياطات اللازمة للحيلولة دون نشر أو بث أي محتوى يحتمل أن يعرض حياة الآخرين للخطر أو يعزز من إمكانية الجهات المختصة للتعامل مع محاولات الاختطاف أو السرقة أو الممارسات الإرهابية.

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.

3.3: لا يجوز نشر أو بث أي محتوى يهتم بوصف تفاصيل عن أي أساليب إجرامية من شأنها أن تعزز أو تسهل ارتكاب الجرائم إلا في حالة وجود مبررات تحريرية قوية لدى الجهات المرخص لها.

Rule 3.4: No content shall be disseminated in relation to an ongoing criminal investigation which has been ordered to be kept confidential by a competent body or where publication is restricted by a judge or the public prosecution.

3.4: لا يجوز نشر أو بث أي محتوى يتعلق بأي تحقيقات جنائية جارية من المقرر أن تبقى سرية من قبل جهة مختصة أو أي محتوى ممنوع من النشر بأمر قضائي أو بقرار النيابة العامة.

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).

3.5: لا يجوز تقديم أي دفعات مادية أو عينية أو الوعد بتقديمها (بشكل مباشر أو غير مباشر) إذا كان ذلك من شأنه عرقلة سير العدالة أو منح المجرمين فرصة تحقيق مكاسب من جرائمهم.

قاعدة (4): الدين

RULE 4: RELIGION

Licensees should recognise that faith is an intrinsic and important part of UAE society and central to family life. Religious content and references to religion must be treated with due sensitivity. The majority of the audience adheres to the Islamic faith so licensees must ensure they are fully familiar with, and respectful to, the specific observances required in Islam in order to avoid offence.

على كافة الجهات المرخص لها أن تدرك حرمة المعتقد باعتباره جزءاً هاماً وجوهرياً للمجتمع الإماراتي والحياة الأسرية في الإمارات. لذا، يجب التعامل مع أي محتوى ديني وإشارات إلى الدين بحساسية تامة، حيث يعتنق معظم الجمهور الدين الإسلامي لذا يتعين على الجهات المرخص لها بأن يتأكدوا تماماً بأنهم على دراية كاملة ومراعاة كافة الجوانب المتعلقة بالإسلام من أجل تجنب الإساءة.

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.

4.1: يتعين احترام جميع المذاهب والمعتقدات الدينية وتحري الدقة التامة في التعبير عنها أو تمثيلها. ويمنع أي محتوى يشير بمحمل من السخرية أو التحقير لأي معتقد أو مذهب ديني بصفة عامة وللدين الإسلامي بصفة خاصة.

Rule 4.2: Particular care must be taken to distinguish between religious views and those that are political, social and cultural.

4.2: يجب إبداء اهتمام خاص للتمييز بين وجهات النظر المتعلقة بالدين وتلك المتعلقة بالاتجاهات السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية.

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.

4.3: لا يجوز عرض أي محتوى ديني بغرض ضم مناصرين لمذهب ديني معين أو التأثير على فئات معينة من الجمهور لجذبهم نحو اعتناق مذاهب أو معتقدات دينية بعينها أو بغرض تحويل الفئات الجماهيرية من دين إلى آخر.

Rule 4.4: Content which incites, or is likely to incite, religious or racial intolerance must not be disseminated.

4.4: يحظر أي محتوى يحرض أو يحتمل أن يحرض على التعصب الديني أو العنصري.

Rule 4.5: Religious content must not exploit any susceptibilities of the audience. Content which promotes religious views or beliefs must do so in a balanced, open and transparent manner.

4.5: لا يجوز لأي محتوى ديني أن يستغل حساسية الجمهور (مشاعره) حيث أن المحتوى الذي يروج للمعتقدات الدينية يجب أن يتحرى بطريقة متوازنة الوضوح الكامل والشفافية في ما يعرضه من الآراء والمعتقدات الدينية.

RULE 5: ACCURACY AND IMPARTIALITY

قاعدة (5): الدقة والحياد

To ensure that the public receives accurate and impartial news, licensees should observe the following:

يتعين على الجهات المرخص لها الالتزام الكامل بالأحكام التالية لاستيفاء شروط الدقة والحياد في نقل الأخبار:

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 (please note the definition of “audio-visual media services” on page 5), presented with due impartiality.

“Due” is an important qualification to the concept of impartiality. It places a requirement of balance. It does not mean an equal amount of time has to be given to every view, or that every point of view has to be represented e.g. this can be provided “over-time” in a series or a series of linked programmes.

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.

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.

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.

Rule 5.5: Views and facts must not be misrepresented. Opinion must be clearly distinguished from fact in all factual content.

Rule 5.6: Factual content must not mislead the audience. Any personal and financial interests must be disclosed.

5.1: يتعين تحري الدقة عند نشر أو بث الأخبار، وفي حال تم النشر عبر خدمات الوسائل الإعلامية الخطيبة المرئية والمسموعة (رجاء مراجعة تعريف "وسائل الإعلام المرئية والمسموعة" في صفحة 5) فيجب توخي الحياد الواجب.

ويعتبر لفظ "الواجب" أساسياً لمفهوم الحياد. حيث يضع متطلب التوازن، ولكنه لا يعني منح نفس المقدار من الوقت لعرض كافة الآراء، أو أن تكون جميع وجهات النظر ممثلة تمثيلاً كاملاً، وإنما يجوز تخصيص "وقت إضافي" لهذا الغرض في حلقة لاحقة من البرنامج أو من سلسلة حلقات لبرنامج آخر.

5.2: يجب أن تلتزم جميع خدمات وسائل الإعلام الخطيبة بالحياد الواجب في عرض المحتويات التي تتعلق بالموضوعات السياسية والصناعية المثيرة للجدل أو الحساسة، إلا إذا وردت ضمن سياق البرامج التي تعرض وجهة نظر شخصية بعد التنويه عن ذلك للجمهور.

5.3: لا يجوز لوسائل الإعلام الخطيبة المسموعة والمرئية أن تولي اهتماماً مبالغاً فيه لوجهات نظر معينة أو آراء شخص بعينه أو هيئة بعينها تنتمي إلى اتجاه سياسي أو صناعي مثير للجدل.

5.4: يجب تدارك الأخطاء الجسيمة في الأخبار أو الحقائق المنقولة وتصحيحها بسرعة، كما يجب الالتزام بمنح التصحيحات نفس درجة الأهمية وذلك بنشرها و/أو بثها بالشكل الذي يصل إلى القطاعات الجماهيرية التي استقبلت الأخبار أو الحقائق المغلوطة.

5.5: لا يجوز التلاعب في عرض الحقائق والآراء. كما يجب التمييز بين الآراء والحقائق وعدم الخلط بينها عند عرض الوثائقيات.

5.6: لا يجوز عرض المحتوى الوثائقي بطريقة مضللة، ويجب الإفصاح عن أي مصالح شخصية أو مالية متعلقة بالمحتوى.

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 represent 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.

5.7: انطلاقاً من مبدأ ثقة الجمهور فإنه يتعين على الجهات المرخص لها أن تتأكد من أن المحتوى المعد للبحث أو النشر خالي من أي تضليل أو خداع للجمهور وإذا كان المحتوى المعد للنشر أو البحث واقعياً أو حدث بالفعل كله أو بعضه، فيتحتّم على الجهة المرخص لها توضيح ذلك للجمهور ولا يجوز عرض محتوى معين على أنه قد حدث بالفعل وهو في الحقيقة غير ذلك، فلا يجوز للجهات المرخص لها مثلاً أن تقوم بتنظيم أو إعادة ترتيب أو إعادة تمثيل الأحداث أو إدراج أحداث وهمية أو أ مشاهد غير حقيقية داخل النص أو المحتوى وتقديمه للجمهور على أنه حقيقي أو قد حدث بالفعل.

قاعدة (6): العدل والإنصاف

RULE 6: FAIRNESS

Rules 6 on Fairness and Rule 7 on Privacy are particularly important because they apply the standards licensees must adhere to when dealing with individuals or organizations either in the production of content and/or in content that has directly affected them.

تحتل المادة (6) التي تتناول مبدأ تحقيق العدل والإنصاف والمادة (7) التي تتناول حقوق الخصوصية أهمية بارزة لكونهما تتعلقان بالمعايير الواجب على الجهات المرخص لها الالتزام بها عند التعامل مع الأفراد أو المؤسسات سواء خلال عملية إنتاج المحتوى الإعلامي أو خلال عرض المحتوى الذي يؤثر بدوره على هؤلاء الأفراد أو المؤسسات بشكل مباشر.

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 organization.

6.1: على الجهات المرخص لها قبل بث أو نشر المحتوى الوثائقي بذل المستوى المعقول من الدقة لضمان عدم عرض الحقائق الجوهرية أو إغفالها أو تعديلها بطريقة من شأنها أن تعطل مبدأ العدل والإنصاف تجاه الأفراد أو المؤسسات.

Rule 6.2: Where significant allegations are made against any individual or organization, those concerned must be given an appropriate and timely opportunity to respond to those allegations.

6.2: في حال توجيه أي إدعاءات هامة ضد أي فرد أو منظمة فيجب منح الجهات المعنية الفرصة والوقت الكافيين للرد على تلك الإدعاءات.

Rule 6.3: Licensees must obtain the informed consent of potential contributors before including them. In very rare circumstances, 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; and
- negligence or dereliction of duty that affects the public.

6.3: على الجهات المرخص لها الحصول على الموافقات القائمة على المعرفة من الأعضاء المشاركين المحتملين وذلك قبل مساهمتهم في المحتوى. وفي حالات نادرة قد لا يلزم فيها الحصول على تلك الموافقات بغرض خدمة مصالح المجتمع. ومثال ذلك كشف المسائل الآتية:

- الجرائم؛
- الفساد؛
- السلوك المعادي للمجتمع؛
- الظلم والمخالفات الجسيمة؛
- حماية الصحة العامة والسلامة العامة؛
- حالات الكذب؛
- حالات النفاق والادعاءات المضللة المقدمة من الأفراد أو المؤسسات؛
- حالات الإهمال؛
- حالات التسبب والتقصير في أداء الواجب الذي يؤثر على الجمهور بأسره.

Rule 6.4: Licensees must avoid unfairness in the re-use of material or in using material obtained from others.

6.4: على الجهات المرخص لها الالتزام الكامل بمبادئ العدل والإنصاف عند استخدام أو إعادة استخدام مادة إعلامية تم الحصول عليها من مصادر أخرى.

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:

6.5: على الجهات المرخص لها الالتزام بمبادئ العدل والإنصاف في التعامل مع المشاركين المساهمين في المحتوى المعد للنشر أو البيث ويشتمل التعامل العادل مع المشاركين ودون أن يقتصر على ما يلي:

- (أ) يجب إطلاع المشاركين بطبيعة المحتوى المعد للنشر أو البث (إلا إذا كان الأمر غير هام أو أن دورهم في المحتوى دور ثانوي) بما في ذلك إعلامهم بموعد ومكان البث أو النشر وطبيعة مساهمتهم أو مشاركتهم والمجالات التي تنور الأسئلة في فلکها.
- (ب) في حال عجز أو عدم أهلية المشاركين في تقديم موافقة قائمة على المعرفة للمشاركة في المحتوى (إما لكونهم أطفالاً دون عمر الخامسة عشر مثلاً أو لكونهم يعانون من حالة عقلية غير سليمة) فيتعين الحصول على تلك الموافقة من أحد المسؤولين قانونياً عن رعايتهم ممن هم فوق سن الثامنة عشر عاماً (كأحد الوالدين أو ولي الأمر القانوني).
- (ت) يتعين الوفاء بكافة الضمانات المقدمة للمشاركين في المحتوى كذلك المتعلقة بضمان السرية أو بشأن عدم الكشف عن الهوية أو إمكانية إسهامهم في إحداث تغييرات على المحتوى أو مراجعته قبل نشره أو بثه.
- (ث) يجب توخي العدل والإنصاف عند تحرير المادة الإعلامية، فلا يجوز تحرير الإسهامات بطريقة تسيء تصوير أي قول أو فعل حتى وإن كان نتيجة الإغفال. وفي حال رفض أي شخص المشاركة في المحتوى بعد طلب ذلك منه، فيجب التنويه عن ذلك في المحتوى، إذا كان من شأن عدم التنويه الإخلال بمبدأ العدالة والإنصاف.
- (د) 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.

RULE 7: PRIVACY

Licensees must be aware of the very high degree of protection afforded by law, particularly the Penal Code, in relation to privacy in the UAE. Some of the relevant provisions are reflected below to assist licensees:

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 licensees when creating content to adequately protect people's privacy.

قاعدة (7): الخصوصية

على كافة الجهات المرخص لها أن تكون على دراية ووعي كامل بالدرجة العالية من الحماية الذي تمنحه القوانين المعمول بها في الإمارات العربية المتحدة لضمان خصوصية الأفراد. وقد تم ذكر بعض تلك الأحكام لمساعدة الجهات المرخص لها.

7.1: لا يجوز للجهات المرخص لها تعمد مناقشة أو كشف الأسرار العائلية للأفراد أو حياتهم الشخصية عبر الوسائل الإخبارية، أو التعليقات، أو الصور، كما يتعين عليها اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية خصوصية الأفراد عند إنشاء أي محتوى.

Rule 7.2: Any intentional infringement of privacy in content must be warranted and must only be done so in very exceptional circumstances. 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).

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 organization featured (in the material). The inclusion of any recorded material gathered without the consent of the individual or organization must be in the public interest; this includes material recorded surreptitiously. Licensees must only undertake surreptitious recording when, in the very rare circumstances, 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. This technique can only be used in exceptional circumstances.

Rule 7.4: Prior consent must be obtained for recording telephone calls, or SMS messages or other electronic communications, or for the dissemination of recordings of any communications unless it is warranted not to obtain such consent (please see Rule 7.2 above).

7.2: يجب أن يكون أي انتهاك متعمد للخصوصية في المحتوى مبرراً بشكل منطقي، ويجب أن يتم عمل ذلك في ظروف استثنائية للغاية. بما في ذلك المحتوى الذي يقدمه المشاركون، أو فيما يتعلق بالحصول على المادة الإعلامية الواجب تضمينها في المحتوى وكذلك إعادة استخدام المحتوى أو إعادة نسخه.

تعتبر بعض حالات انتهاك الخصوصية مبررة إذا كانت الجهات المرخصة قادرة على شرح أسباب ذلك ضمن ظروف خاصة. وإذا تعلقت الجهات المرخصة بأن الانتهاك قد تم لـ “الصالح العام” فيجب عليها أن تثبت أن تلك المصلحة تفوق في أهميتها الحق في الخصوصية (الرجاء مراجعة أمثلة المصلحة العامة الوارد ذكرها في المادة 6.3).

7.3: على الجهات المرخص لها تقديم إشعار مسبق بتسجيل أي مقابلة أو جمع أي مادة إعلامية والحصول على الموافقات المتبصرة من أي فرد أو مؤسسة تظهر في المادة الإعلامية. ولا يجوز تضمين المحتوى أي مواد مسجلة تم جمعها دون موافقة الأفراد أو المؤسسة ذات الصلة إلا إذا كان ذلك في سبيل المصلحة العامة. ولا يجوز لأي جهة مرخص لها إجراء أي تسجيلات سرية إلا في ظروف نادرة الحدوث وإذا كانت تملك دليلاً قوياً على أن نشر تلك التسجيلات أو بثها يخدم المصلحة العامة.

تشمل عبارة “تسجيلات سرية” استخدام أي معدات تسجيل إلكترونية كالكاميرات الخفية إما لإخفائها عن الأفراد المستهدفين أو لإعطاء انطباع معين من طريقة التصوير أو الاستمرار في عملية التصوير أو الاستمرار في التسجيل في الوقت الذي يعتقد فيه الشخص المستهدف بأن الكاميرا أو الميكروفون متوقفين عن العمل أو غير مستخدمين حينها في البث. ويمكن استخدام هذه التقنية في ظروف استثنائية.

7.4: لا يجوز تسجيل المكالمات الهاتفية أو رسائل الهاتف المحمول أو أي نوع من أنواع الاتصال الإلكتروني أو نشر أو بث تلك التسجيلات دون موافقة مسبقة على ذلك، إلا في حال وجود مبررات لعدم الحصول على تلك الموافقة (رجاء مراجعة المادة 7.2).

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.

7.5: لا يجوز للجهات المرخص لها جمع أو نشر أو بث أي مادة إعلامية لأفراد مشاركين في عمليات الطوارئ أو ضحايا الحوادث أو الذين يمرون بمأساة شخصية حتى لو كان ذلك في أحد الأماكن العامة، إذا كان يترتب على ذلك انتهاك للخصوصية إلا إذا كان هناك مبرر كافٍ لذلك أو تم ذلك بموافقة مسبقة من الأشخاص المعنيين.

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 of victims of accidents or violent crimes, unless and until it is clear that the next of kin has been informed about what has occurred.

7.6: على الجهات المرخصة عدم الكشف أو الإفصاح عن هوية أي شخص توفي أو وقع ضحية حادث أو جرائم عنيفة قبل إبلاغ أقرب أقربائه بذلك، إلا إذا كان في ذلك خدمة ظاهرة للمصلحة العامة.

RULE 8: INTERACTIVITY

قاعدة (8): التفاعلية

Interactivity between the public and content disseminators has become an integral part of modern society and can provide a valuable source of revenue for licensees. If a licensee encourages its audience to interact with it, it enters into a relationship of trust with them whether or not there is a cost for doing so. Licensees therefore have a duty of care to ensure that the public is not misled in order to preserve that trust by treating them fairly and equally.

أصبحت التفاعلية بين الجمهور وأصحاب المحتوى المنشور جزءاً لا يتجزأ من المجتمع الحديث كما يمكن للتفاعلية أن تكون مصدر دخل مهم للجهات المرخص لها. فإذا قامت الجهات المرخص لها بتشجيع جمهورها على التفاعل معها، فهي بذلك تنشئ علاقة مع هذا الجمهور تتميز بالثقة بغض النظر عن تكبد أي تكاليف مقابل ذلك من عدمه. وللمحافظة على هذه الثقة، فمن واجب الجهات المرخص لها توفير عناية خاصة للحرص على منع تضليل الجمهور بغية المحافظة على هذه الثقة من خلال معاملتهم بإنصاف ومساواة.

Interactivity allows the public to interact with a licensee either for free or at a cost. The route by which the audience interacts includes, but is not limited to, submissions by electronic means, such as SMS and MMS, email, internet chat services, or any other form of digital and/or telecommunications service, and by post. Interactivity includes, but is not limited to:

تتيح التفاعلية للجمهور بأن يتفاعل مع الجهات المرخص لها إما مجاناً أو مقابل كلفة معينة. تتضمن طرق تفاعل الجمهور ولا تقتصر على المشاركة من خلال الوسائل الإلكترونية كالرسائل القصيرة ورسائل الوسائط المتعددة، والبريد الإلكتروني، وخدمات الدردشة عبر الإنترنت، أو عبر أي وسيلة أخرى من الوسائل الرقمية و/أو الاتصال إضافة إلى خدمات البريد. تتضمن التفاعلية ولا تقتصر على التالي:

- submitting any form of content to the licensee (i.e. user generated content);
- invitations to register a vote by any means to decide or influence the outcome of a contest; and

- إرسال أي نوع من المحتوى إلى الجهات المرخص لها (أي محتوى منتج من قبل المستخدم)؛
- دعوات للتصويت بأية وسيلة للبت أو التأثير على نتيجة مسابقة؛

- responding to offers to purchase forms of content, products and/or services (i.e. teleshopping).

Rule 8.1: Licensees must actively moderate (i.e. filter and ensure compliance with the Code) all interactive content that it disseminates – this includes scrolling messages in audio visual content which may be uploaded through interaction via social media or other means.

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 unforeseen costs. This is particularly important if the interactive content is aimed at, or likely to appeal to, children.

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.

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

“Funding Content” means any form of relationship (whether it involves payment or some other form of valuable consideration in kind) that is entered into between a licensee and a company, business, service or person in return for involvement with the licensee’s content.

- الردّ على عروض لشراء أنواع من المحتوى أو المنتجات أو الخدمات (أي التسوق التلفزيوني).

8.1: يجب على الجهات المرخص لها الحرص بنشاط على اعتدال كافة المحتوى التفاعلي قبل نشره وبثه (أي تصفيته والتأكد من توافقه مع اللائحة) وهذا يشمل استعراض رسائل المحتوى الصوتي والمرئي الذي يمكن تحميله عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي أو وسائل أخرى.

8.2: على الجهات المرخص لها إعلام الجمهور بكافة المعلومات المتعلقة بالتكلفة المتوقعة مقابل التفاعل. ويجب أن تكون هذه المعلومات واضحة ومعرضة بشكل بارز، كما لا يجب أن تضلل الجمهور، كأن تدفعهم مثلاً إلى تكبد تكاليف غير معقولة أو متوقعة. إن ذلك مهم بشكل خاص في حال كان المحتوى موجّه للأطفال أو من شأنه أن يجذبهم.

8.3: يجب التحلي بالعدل والنزاهة عند إجراء المسابقات. ويجب على الجهات المرخص لها التقيد بما يلي:

(أ) توفير كافة التفاصيل المتعلقة بعملية إجراء المسابقات أو التصويت، بما في ذلك خيارات الاشتراك أو إرسال التصويت المتوقّرة ومواعيد فتح وإغلاق باب الاشتراك؛

(ب) وصف الجوائز بشكل دقيق.

قاعدة (9): تمويل المحتوى (بضمنها الرعاية التجارية والدعاية الخفية)

يعني تعبير "تمويل المحتوى" أي شكل من أشكال العلاقة (سواء اشتمل على الدفع النقدي أو نوع آخر من التعويض العيني) التي تنشأ بين الجهة المرخص لها وأي شركة أو مشروع أو خدمة أو شخص مقابل المشاركة بالمحتوى المعدّ من قبل الجهة المرخص لها.

Whilst such relationships generally appear in the form of sponsorship and/or product placement, the spirit of these rules should be applied in relation to any other forms of commercially funded activity a licensee undertakes with third parties.

وفي حين أن مثل هذه العلاقات تتجسد إجمالاً في شكل رعاية تجارية أو دعائية خفية للمنتجات، يجب تطبيق فحوى هذه القواعد في ما يتعلق بأي شكل آخر من نشاطات التمويل التجاري الذي تمارسه الجهات المرخص لها مع الأطراف الأخرى.

SPONSORSHIP

الرعاية التجارية

Sponsorship and commercial references must be transparent and editorial integrity must not be distorted for funding purposes.

يجب أن تتسم الرعاية التجارية والإشارات الدعائية بالشفافية كما لا يجب تحريف النزاهة التحريرية لغايات مادية.

Rule 9.1: Licensees must retain full editorial control of any content, including trailers 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:

9.1: تلتزم الجهات المرخص لها بالسيطرة التحريرية الكاملة على أي محتوى بما في ذلك المشاهد الترويجية للأفلام إضافة إلى جدولة وتعيين أو توزيع المحتويات التي تنشرها وتبثها. ويتضمن ذلك المحتوى الممول جزئياً أو كلياً من قبل الغير. وللامتثال التام لهذه الأحكام والقوانين يتعين على الجهات المرخص لها:

- 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
- 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.

(أ) الحرص على الشفافية، بحيث لا يتم تضليل الجمهور حول وجود أي علاقة تمويلية بين الجهات المرخص لها وبين أي طرف من الغير؛

(ب) ضمان وجود تبريرات تحريرية مناسبة لدى الجهات المرخص لها لتضمين أي مواد ترويجية لمنتجات أو خدمات مقدمة من الجهات الراعية للبرنامج أو من أي جهة أخرى؛

Rule 9.2: Sponsorship must be clearly identifiable (i.e. by reference to the name and/or logo of the sponsor).

9.2: يجب التعريف بالراعي التجاري بوضوح كامل (أي من خلال الإشارة إلى اسم و/أو شعار راعي المحتوى).

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 (please see Rule 10.7).

9.3: تُحظر الأطراف الممنوعة من الإعلان بموجب قانون إتحادي أو قانون محلي لإمارة أبوظبي (مثل منتجات التبغ) من رعاية أي محتوى بشكل مباشر أو غير مباشر (الرجاء مراجعة المادة 10.7).

Rule 9.4: Sponsorship of linear audio-visual news and current affairs content is generally permitted.

9.4: يُسمح بشكل عام بتمويل المحتويات التي تُعنى بالأخبار المرئية والمسموعة الخطية وقضايا الساعة.

However, licensees should consider carefully the requirements in Rule 5 of the Code ("Accuracy and Impartiality") and refer to Section 9 of the Guidance Notes for more information *before* sponsored news and current affairs content is disseminated.

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 valuable consideration to the content maker. It is an innovative form of content funding that requires care in its implementation.

Particular requirements apply to any use of product placement in children's content. Licensees must refer to Section 9 of the Guidance Notes for more information before they include any form of product placement in children's content.

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 relationships in place.

Rule 9.6: Undue prominence must not be given to a product or service whether political, charitable or commercial unless editorially justified or the subject of a funding arrangement.

Undue prominence" may result from the inclusion of a product or service, whether inadvertently or not, where there is no editorial justification for its inclusion (for guidance on the legitimate use of 'props' in editorial content please see Section 9 of the Guidance Notes).

إلا أنه يتوجب على الجهات المرخص لها مراعاة الشروط المذكورة في المادة 5 من هذه اللائحة بحذر ("الدقة والحياد") ومراجعة القسم التاسع من التعليمات الإرشادية لمزيد من المعلومات وذلك قبل نشر وبتنسيق المحتويات الخاصة بالأخبار وقضايا الساعة التي تمت رعايتها.

الدعاية الخفية للمنتجات

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

يخضع أي استخدام للدعاية الخفية للمنتجات ضمن المحتوى الخاص بالأطفال إلى متطلبات معينة. ويجب أن تراجع الجهة المرخص لها المادة 9 من الإرشادات التوجيهية للمزيد من المعلومات قبل تضمينهم أي شكل من الدعاية الخفية للمنتجات ضمن المحتوى الخاص بالأطفال.

9.5: يُسمح بالدعاية الخفية للمنتجات أو العلامات التجارية و/أو الخدمات في بعض المحتويات (ما عدا برامج الأخبار وقضايا الساعة)، شرط أن تحتفظ الجهات المرخص لها بكامل الاستقلالية والسيطرة التحريرية، كما يجب إطلاع الجمهور على العلاقة التمويلية القائمة.

9.6: لا يجوز إعطاء أهمية غير مبررة لمنتج أو خدمة ذات صبغة سياسية أو خيرية أو تجارية إلا في حال وجود مبرر تحريري لذلك أو إذا كانت تتعلق بالجهة الممولة.

قد تنتج "الأهمية غير المبررة" عن تضمين منتج أو خدمة، بقصد أو بغير قصد، وفيد غياب أي مبرر للجهات المرخص لها لتضمينها (للإرشادات حول الإستعمال الشرعي "للمنتجات" في المحتوى التحريري، يرجى مراجعة القسم التاسع من التعليمات الإرشادية).

قاعدة (10): الإعلان

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 organisation or individual. (Please note: for rules regarding arrangements for the funding of content (including sponsorship and product placement) please see Rule 9 of this Code).

ينطبق هذا الجزء على كافة أشكال الإعلان التي تبثها الجهات المرخص لها. ويعرّف الإعلان بأنه عملية الترويج للمنتجات، بما في ذلك البضائع والخدمات والشركات أو الأفكار أو أي تركيبة مما سبق (سواء كان ذلك بأجر أم لا) تقوم بها مؤسسة أو فرد. (يرجى الملاحظة: بشأن القواعد المتعلقة بتمويل إنتاج المحتوى (بما في ذلك الرعاية التجارية والإشارة الترويجية للمنتجات)، الرجاء مراجعة المادة 9).

Rule 10.1: Licensees are ultimately responsible for ensuring the compliance of all advertising before they disseminate it, taking into account:

10.1: على كافة الجهات المرخص لها ضمان امتثال كافة المحتويات الإعلانية قبل نشرها وبثها، أخذة بعين الاعتبار التالي:

- 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.

• محتوى الإعلان؛

• مكان وتوقيت عرض الإعلان؛

• نوعية الجمهور المحتملة، وخاصة إمكانية وجود الأطفال؛

• نوع المحتوى الذي سينشر الإعلان أو قبله أو بعده.

Rule 10.2: All forms of advertising must:

10.2: على كافة أشكال الإعلان التقيد بما يلي:

- 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.

• أن تكون قانونية ولائقة وصادقة ونزيهة؛

• أن لا تحتوي على رسائل ذات صبغة سياسية أو مثيرة للجدل؛

• أن يتم إعدادها بحسب من المسؤولية تجاه الجمهور بشكل خاص ومجتمع الإمارات العربية المتحدة بشكل عام؛

• أن يأخذ بعين الاعتبار اختلاف الثقافات والأديان واحترام ذلك؛

• عدم استعمال التقنيات التي تستهدف لوعي الجمهور.

Rule 10.3: Advertising must be clearly (i.e. visibly and/or aurally) separated from editorial content.

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

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.

10.4: لا يجوز أن يحتوي الإعلان على أي شيء، أو أن يكون معروضاً بطريقة ما أو في ساعة ما قد تتسبب بإساءة خطيرة.

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.

10.5: لا يجوز أن يسيء الإعلان لثقة الجمهور أو يضلّهم من خلال انعدام الدقة أو الغموض أو المبالغة أو الحذف. ويتضمن ذلك الشروط المالية التي تقدم بموجبها المنتجات أو الخدمات.

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.

10.6: لا يجوز الإعلان عن المنتجات التي يفرض القانون الحصول على ترخيص خاص للإعلان عنها (بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر المنتجات الطبية)، إلا بعد صدور الترخيص المذكور من الجهات المعنية.

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 and alcohol. This includes any surreptitious advertising for such products.

10.7: على كافة الجهات المرخص لها الحرص على عدم نشر وبت أي إعلان خاص بمنتجات أو خدمات يحظر الإعلان بشأنها بموجب أي قانون اتحادي أو محلي خاص بإمارة أبوظبي مثل منتجات التبغ المشروبات الكحولية. ويشمل ذلك أي إعلان خفي بشأن هذه المنتجات.

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.

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، دون الحصول على إذن منهم.