

السياسة التحريرية
لمؤسسة
التلفزة التونسية

1. توطئة :

1.1 مؤسسة التلفزة التونسية مرفق عمومي يتمتع بالاستقلالية ، هدفه تقديم مادّة شاملة، تلبي حقّ المواطن في إعلام حر ونزيه وشفاف، ملتزم بأخلاقيّات ومعايير المهنة.

2.1 يلتزم الصحفيون والمنتجون لمختلف الموادّ الإعلامية في مؤسّسة التلفزة التّونسيّة، بالتقيّد بأخلاقيّات المهنة من خلال الالتزام الكامل بنصوص مدوّنة السلوك كميّثاق تحريري لتعزير مصداقية وشفافيّة المادة الإعلامية التي تنتجها.

3.1 ومن أجل تحقيق هذه الغاية ونيل ثقة الجمهور واحترامه، يحرص منتجو الموادّ الإعلاميّة والمساهمون فيها على مختلف مستوياتهم، سواء في البرامج بأنواعها والنّشرات الإخباريّة وكلّ ما تبثّه المؤسّسة على قنواتها، أو أيّة إصدارات أو منشورات إعلاميّة مكتوبة أو الكترونية، وسواء كانت إنتاجا ذاتيا أو يتمّ اقتناؤه من طرف خارجي، على الالتزام بالمبادئ التالية:

2. خدمة المصلحة العامة:

1.2 إنّ المصلحة العامّة هي من أهمّ الخدمات التي تلتزم مؤسّسة التلفزة التّونسيّة، بتقديمها للجمهور. تعمل المؤسّسة بوصفها مرفقا عموميّا على توفير إعلام ملتزم بالمعايير المهنيّة يوازن بين الحريّة والمسؤوليّة، ويعبّر عن ميثاغل المواطن وتطلّعاته، وينقل واقعه بكلّ أمانة، ويوفّر له المعلومة، ويكرّس حقّه في معرفة الحقائق التي تهّمه، وأيضاً حقّه في التثقيف والتعلّم والترفيه.

2.2 يدخل في باب خدمة المصلحة العامّة الاهتمام بكلّ المواضيع التي تهّم المواطنين في حياتهم وتؤثّر على مختلف جوانب عيشتهم سلبا أو إيجابا

3.2 تتطلّب خدمة المصلحة العامّة، استعمال لغة منصفة وواضحة ودقيقة في نقل كلّ المواضيع دون مبالغة او تقديم أحكام او مواقف شخصيّة.

4.2 كما تتطلب، الامتناع عن نشر أو بث الأخبار أو الآراء التي تحرّض على العنف أو التمييز العنصري بمختلف أشكاله، أو الدّيني، أو العقائدي، أو الاجتماعي، أو الثقافي.

3. الاستقلالية :

1.3 من أجل كسب ودعم ثقة الجمهور في المؤسسة الإعلامية، يجب أن تتمسك المؤسسة باستقلالية المعالجة الإعلامية بمعزل عن أية تأثيرات خارجية والنأي بنفسها عن التجاذبات والصراعات مهما كانت طبيعتها.

2.3 للمحررين والصحفيين والمنتجين حرية اختيار ومعالجة المضامين الإعلامية في إطار الالتزام بالخط التحريري ومدونة السلوك المهني وما تفرزه اجتماعات التحرير من قرارات داخلية. وفي هذا الإطار رفض أي تدخل خارجي مهما كان للتأثير على المضمون الإعلامي.

3.3 تفترض الاستقلالية، وخاصة في مرفق عمومي، ألا يكون منتجوا المواد الإعلامية منتمين إلى أية أحزاب أو منظمات سياسية، أو مشاركين في أنشطتها، أو ناطقين باسمها، أو قائمين بأي نوع من أنواع الدعاية لغايتها على أية وسيلة اتصال جماهيري سواء أكانت تتبع المؤسسة، أو أية وسيلة إعلام أخرى، أو أية مواقع للتواصل الاجتماعي المفتوحة للجمهور.

4.3 ولا يمكن للاستقلالية أن تتحقق دون التمسك بتطبيق مبدإ الحياد الكامل.

4. الحياد :

1.4 يقع الحياد في قلب الخدمة العامة. وينطبق ذلك على جميع أنواع الانتاج والخدمات سواء في التلفزيون أو الإذاعة أو شبكة الإنترنت أو أية إصدارات ورقية تنتجها المؤسسة.

2.4 و يفترض الحياد الشمولية في التعاطي مع الأحداث ومعالجتها من منظور واسع، وضمان وجود مجموعة معبرة متعددة من وجهات النظر.

3.4 ولا يعني الحياد الابتعاد التام عن أخذ موقف في كل القضايا المطروحة إذا كانت الآراء تمس القيم العامة للمجتمع. لكن يجب ضمان التعامل مع كل المواضيع المثيرة للجدل، وفي أي مجال من المجالات ودون استثناء، بكل حياد في كل الإنتاجات.

4.4 ويفترض الحياد إعطاء الحدث الوزن اللازم ودعمه بالآراء والحجج، مع ضرورة دراسة أية أدلة ووقائع مادية للتأكد من صحتها. وتعتبر تغطية أي حدث هام بطريقة سطحية أو منقوصة إخلالا بالحياد.

5.4 كما يعني الحياد اتساع وتنوع الآراء بما يعطي للمشاهد أو المستمع

فرصة معرفة الموضوع من مختلف جوانبه. وإذا اقتضت الضرورة، يتم توزيع هذه الآراء على فترة زمنية معقولة بما يمكن كل الأطراف المعنية من التعبير عن رأيها.

لكن لا يفترض الحياد إعطاء نفس المساحة، أو تشريك الأطراف ذات التمثيلية المحدودة، أو الحاملة لأفكار لا يتقبلها الجمهور، على قدم المساواة مع الأطراف التي تحظى بالتوافق أو لها تمثيلية محترمة في المجتمع.

ولا يقتضي تنويع الآراء تشريك أي طرف غير معني بالموضوع أو ليست له فيه إضافة تثير الجمهور.

6.4 ولا يكون اتساع وتنوع الآراء فقط بين المجموعات السياسية والثقافية، ولكن، وفي بعض الحالات، يجب أن يكون انعكاسا للاختلافات بين المناطق الحضرية والريفية، وبين الأكثر فقرا والأكثر ثراء وبين الشباب وكبار السن.

7.4 كما يفترض الحياد دعم التوازن الجهوي على مستوى التغطيات في البلاد، بحيث لا يتم التركيز على مناطق دون غيرها. وحتى إن كانت القيمة الخبرة للحدث الجهوي هي الفيصل في إنتاج الخبر، فإن الاجتهاد ضروري لتغطية أي حدث ما في المناطق الأخرى.

8.4 ويفترض الحياد تنويع مواضيع التغطية داخل كل جهة لتفادي التهمية.

9.4 الحياد والجاهير :

1.9.4 يجب الإلتزام بالحياد وعدم إبداء الرأي بالموافقة أو المعارضة أو تهمين موقف أي متحدّث سواء أكان من المواطنين أو السياسيين أو غيرهم.

2.9.4 إذا كان الموضوع مثيرا للجدل، سياسيًا كان أو اقتصاديًا أو دينيًا أو ثقافيًا أو رياضيًا أو غيره، ينبغي الأخذ بعين الاعتبار عند الإعداد المسبق للبرنامج:

3.9.4 مستوى الجدل الذي سيثيره الموضوع.

4.9.4 الحساسية التي يمكن أن يثيرها من حيث المعتقدات.

5.9.4 ما إذا كانت المواضيع محل جدل حاد في منطقة معينة يمكن أن تشمل عددا كبيرا من الجمهور.

6.9.4 محاولة التمييز بين ما هو واقع حقيقي وما هو مجرد رأي.

7.9.4 وفي كل الحالات يستحسن ألا يتم تشريك المواطنين مباشرة في

البرامج إلّا بعد التأكّد من هويّتهم تفاديا لاستغلال المؤسّسة لتمرير رسائل قد تكون خطيرة من قبل أطراف مجهولة. وهنا يجب التقيّد الكامل بسياسة التحرير والتّشاور في الموضوع داخليًا على مستوى جلسات التّحرير.

8.9.4 ومع أنّه من حقّ المواطن أن يعبّر عن رأيه بكلّ حرّيّة، فإنّه ليس من المسموح أن يتجاوز الأخلاق أو يمسّ غيره بسوء، أو يلقي اتّهامات غير مدعومة أو موثّقة، ويُسّتحسّنُ ألا تأخذ الاستجوابات المفتوحة أكثر ممّا تستحقّ خاصّة إذا كانت لا تعبّر إلا عن رأي شخصيّ لا يشترك فيه الجمهور أو لا يعيره أهمّيّة.

10.4 التّعامل مع الإتنال الرسمي :

يجب الاحتياط في التّعامل مع أيّة رسائل أو صور أو فيديوهات للنّشر تنتجها الدوائر الرّسميّة ، وتهمّ مواضيع هامّة في السّياسة العامّة أو مواضيع مثيرة للجدل، ويخبر في هذه الحالة النّقاش فيها داخليًا للتمييز بين ما هو دعاية وقيمة خبريّة. ويؤخذ القرار داخليًا حول حجم التغطية التي يجب أن يأخذها الحدث.

11.4 الأخبار ونشرات الأحداث الجاريّة وبرامج الواقع.

1.11.4 يجب إعداد المادّة الإخباريّة وتقديمها بطريقة لا تسمح للمتلقّي بمعرفة إن كان هناك انحياز شخصي خاصّة في مواضيع السّياسة العامّة، والجدل السّياسي أو الاقتصادي، أو حول أيّة مواضيع تختلف فيها الآراء. ويجب على المقدّمين والمذيعين والمراسلين أن يلتزموا بذلك أكثر من غيرهم لأنّهم واجهة المؤسّسة وحلقة الربط بينها وبين الجمهور.

2.11.4 قد يسمح لموظفي الأخبار بتقديم أحكام مهنيّة فحسب، مع وجوب دعمها بالحجج الكاملة، لكن لا يجوز التعبير عن آرائهم الشخصية في إنتاجهم الإعلامّي، بما في ذلك على مواقع شبكة الإنترنت أو أيّة وسيلة اتّصال أخرى.

3.11.4 ويجب الالتزام أيضا بعدم إبداء آراء شخصية، في أيّ شأن من شؤون الساعة أو قضايا تهم السّياسة العامّة، في ما يقدمه المذيعون والمنتجون من برامج.

4.11.4 وينبغي ألا نفترض تلقائيًا أن ضيوف الأخبار والبرامج، مثل الأكاديميين والمحلّين، والباحثين وممثلي الجمعيات المدنيّة والمهنيّة ، هم غير منحازين لمواقف معيّنة. لذلك تقتضي المهنيّة التّوضيح للجمهور إذا كان الضيف مرتبطًا بطرف ما يؤثّر على مواقفه، أو يحمل وجهة نظر معيّنة قد تخرج عن إطار الحياد.

12.4 حين تكون المؤسّسة الإعلاميّة في صلب موضوع مثير للجدل :

1.12.4 حفاظًا على الحياد، يجب الفصل الواضح بين منتجي الموادّ الإخباريّة

ومقدّمها، ومن يكلف بالحديث في موضوع من المسؤولين في المؤسسة. فلا يحقّ لأي موظف الدفاع بنفسه ضدّ أية اتهامات تمسّ المادّة الإعلامية التي ينتجها أو يقدّمها، بل تتولّى الإدارة الرد على أيّة تشكّيات أو اتّهامات، أو تعيين من يتولى الردّ أو الدفاع باسم الإدارة.

2.12.4 أن يبقى التّعامل الإخباري مع الموضوع ملازماً للحياد، فضلا عن التزام الدقة والنزاهة، حتّى وإن كانت النزاهة موضع تساؤل ونقاش.

3.12.4 يكون من غير المناسب الإشارة للمؤسسة الإعلامية بـ «مؤسّستنا».

13.4 التعامل مع مواضيع المسلّمات:

هناك بعض المسائل التي تبدو وكأنّها تحظى بتوافق واسع أو حتى بالإجماع في الرأي إلى درجة تعدّد من المسلّمات سواء أكانت سياسيّة أو اجتماعيّة أو ثقافيّة أو صحّيّة أو علميّة أو غيرها. ومع ذلك، يمكن أن يشكّل تبنيها خطرا على نزاهة القناة وحيادها. ولهذا :

1.13.4 ينبغي مقاومة إغراء استخدام لغة ولهجة توحى بتقبل هذه المسلّمات، مثل المعتقدات الشعبيّة، كحقيقة بديهية.

2.13.4 كما يجب أن يتفادى الإنتاج الإعلامي تعزيز التعميمات التي تفتقر إلى الأدلة، وخصوصا عندما يجري تطبيقها في ظروف محددة. قد يحدث هذا في مجالات السياسة والأعمال الخيريّة والعلوم والتكنولوجيا، والطب وغيرها.

14.4 من شروط تحقيق الحياد :

1.14.4 يفترض الحياد الاستقلالية في التحرير. ولا يكون ذلك إلّا إذا كانت القرارات التحريريّة تؤخذ داخلياً، ويحتفظ المحررون والمنتجون والمسؤولون عن البرامج بحرية القرار بالنسبة إلى مضمونها. ويستلزم ذلك إلمام المنتجين بالمواضيع التي يعالجونها والتحضير المحكم لها. يجب أن تكون التقارير الإخبارية بعيدة عن الإثارة، ومتنوعة وتدل على سعة الإطلاع. ويبقى للمسؤول عن الخط التحريري في المؤسسة حقّ المتابعة والتوجيه بما يحفظ استجابة المادّة الإعلامية للأهداف والأخلاقيّات التحريريّة.

2.14.4 يجب أن تولي التغطية الإخبارية اهتماماً مختلفاً وجهات النظر الرئيسية في الاختلافات السياسيّة طوال المدة التي يكون فيها النقاش محتدماً.

15.4 الحياد والتعامل مع الأطراف الخارجيّة.

1.15.4 يجب على الأفراد العاملين في المؤسسة عدم قبول منافع شخصية لهم أو لذويهم، سواء أكانت نقداً أو عيناً أو في شكل خدمات من أي طرف خارجي

(شخص مادي أو مؤسسة، أو حزب...) ممن لهم مصلحة إعلامية ما.
2.15.4 عند ذكر الأمثلة، يجب عدم تفضيل مؤسسة على أخرى إلا لأسباب موضوعية.

16.4 الحياد والتعامل مع الإعلانات.

1.16.4 يجب أن يكون ولاء المؤسسة الأول والأخير هو لجمهورها وليس لممولي الإعلانات.

2.16.4 يجب ألا ينخرط الصحفيون ومقدمو البرامج في أية أنشطة دعائية وإعلانية وغيرها يمكن أن تلقي بظلال من الشك على موضوعيتهم أو على حياد المؤسسة.

3.16.4 لا يمكن للإعلانات أن تقيد حرية الإعلام لأي سبب من الأسباب ولا أن تمنع الإعلاميين في المؤسسة من كشف أية حقائق تتعلق بالطرف المعين.

17.4 الحياد والتعامل مع الشبكات الاجتماعية.

اعتبارا إلى أن أسماء الصحفيين ومقدمي الأخبار والبرامج والمنتجين الإعلاميين مرتبطة باسم المؤسسة، واعتبارا إلى أن أية مواقف يتبنونها يمكن أن تُحسب على المؤسسة، فإنه :

1.17.4 لا يمكن لهم ان ينشروا على الشبكات الاجتماعية، أو أية وسيلة اتصال جماهيري، ما يسيء إليهم شخصا او مهنيا او ما يسيء الى مؤسستهم او ما يمس من حيادهم وحياد مؤسستهم.

2.17.4 لا يمكن لهم أن ينخرطوا في أي اتصال عدائي ضد أي طرف كان حتى بأسماء مستعارة. وعليهم تجنب أخذ مواقف شخصية من أي صراع، سواء أكان إيديولوجيا أو سياسيا أو ثقافيا أو اجتماعيا أو رياضيا أو أية موضوعات أخرى مثار جدل.

5 . الإنصاف :

1.5 يدعم الإنصاف مصداقية المؤسسة الإعلامية وثقة المتعاملين معها، ويقتضي الإنصاف الأمانة في التعامل مع مختلف الأطراف الخارجية المشاركة في أية مادة إعلامية دون إقصاء وتوازن وفي كنف الاحترام.

2.5 يتطلب تحقيق الإنصاف الالتزام بالمبادئ التالية :

1.2.5 الاحترام والصدق في التعامل مع أي طرف مشارك في المنتج الإعلامي،
مهما كانت صفته أو مرتبته.

2.2.5 الأخذ بعين الاعتبار اهتمامات كافة أطراف المجتمع بكل اختلافاتها.

3.2.5 ضمان تشريك مختلف اتجاهات الرأي المعنية بالموضوع.

4.2.5 يكون الإنصاف أيضا بتطبيق مبدأ الدقة ومن ذلك ضمان حق الرد حتى لا
يتم التعسف على أي جهة تم ذكرها ولم تكن حاضرة.

3.5 التعامل مع المشاركين في البرامج :

1.3.5 يجب على منتجي البرامج أن يكونوا واضحين إلى أقصى حد ممكن حيال
طبيعة برامجهم وأهدافها حتى لا يشعر المشاركون في أي برنامج بأنهم قد
ضُلتوا أو خُدعوا أو غُرر بهم. لذلك يحق للمشاركين في البرامج أن يعرفوا :

- موضوع البرنامج
- طبيعة مشاركتهم فيه { مقابلة وجها لوجه، أو مشاركة في حوار، أو ضيفا على
الأخبار أو أحد البرامج...}
- الحيز الزمني المخصص للمشاركة.
- وفي حال دعوتهم للمشاركة في نقاش أو حوار، يجب إبلاغهم بوجهات النظر
التي سيتم تمثيلها بالمشاركين الآخرين، ما أمكن ذلك.
- طبيعة الموضوعات التي يُحتمل التطرق إليها.
- طبيعة المشاركة، هل هي على الهواء مباشرة أو مسجلة وما إذا كانت ستخضع
للمونتاج بعد تسجيلها.

2.3.5 إذا طلب بعض المشاركين الاطلاع أو الموافقة على نسخة من البرنامج
بصورته النهائية قبل بثه، فمن حق المؤسسة أن ترفض مثل هذه الطلبات، بغية
الحفاظ على استقلاليته التحريرية، ولكن قد تكون هناك ضرورة تتطلب السماح
بالإطلاع على البرنامج قبل بثه، دون أن يعني ذلك تخلي المؤسسة عن سلطتها
التحريرية الكاملة على البرنامج. ولا يتم ذلك إلا بعد التشاور الداخلي والافتناع
بأسباب المعايينة قبل البث.

4.5 الانصاف عند إجراء المقابلات :

1.4.5 يجب أن تتسم المقابلات التي يجريها إعلاميو المؤسسة بأداب الحوار
وبالموضوعية والحيادية، مهما كانت هذه المقابلات كاشفة أو ناقدة. ومن واجب
الصّحفي أن يطرح أيّ أسئلة ينتظر الجمهور إجابة عليها، مهما كانت طبيعة
هذه الأسئلة أو حدتها ما دامت تتعلق بالشأن العام. ويجب أن يُعطى الأشخاص
الذين تجري معهم مقابلات فرص عادلة للرد على الأسئلة المطروحة عليهم.

2.4.5 أن يتفادى الإعلامي التعليق و توجيه الأسئلة الإيحائية أو الاستفزازية، أو يقلل الاحترام لضيغه مهما كانت طبيعة هذا الضيف ومهما كانت طبيعة الموضوع.

3.4.5 ألا يبدي رأيه للضيف في أي موضوع من مواضيع الجد.

4.4.5 التثبت عند استضافة خبير أو متخصص من عدم انتماء الضيف إلى طيف معين أو قربه من وجهة نظر معينة. وفي هذه الحالة، يجب إعلام الجمهور بأية انتماءات للضيف حتى لا يُعتبر ما يقوله صادرا عن شخص مستقل ومحيد.

5.5 الانصاف عند تقطيع وانتقاء فقرات من المواد المسجلة:

1.5.5 يجب عدم تشويه ما قيل أو ما حدث أثناء عملية المونتاج وانتقاء الفقرات من المواد المسجلة.

2.5.5 ضرورة استكمال الفكرة التي عبر عنها المشارك حتى لا تكون منقوصة وتؤدي إلى معنى مخالف أو مُشوّه.

3.5.5 عدم استخدام أي مقتطف صوتي في غير الموضوع الأصلي المتفق بشأنه مع المشارك.

4.5.5 عدم استخدام أي صورة في غير سياقها.

5.5.5 عدم إضافة أي مؤثرات صوتية أو مرئية للتأثير على الجمهور.

6.5.5 في حال استخدام صور من الأرشيف ضرورة التذكير بذلك (أنظر مبدأ الدقة)

6.5 يتطلّب الإنصاف شموليّة تناول الموضوع من مختلف الجوانب أو على الأقلّ الإحاطة بأهم عناصر الموضوع بما يضمن عدم تجاهل أيّ منها وبالتالي اتّهام المؤسسة بالانحياز.

7.5 التّعامل مع الإشهار :

1.7.5 تفادي الإشهار المقتنع، عندما يتعلق الأمر بموضوع ذي علاقة بالماركات التجارية.

2.7.5 إذا وقع تصوير ماركة تجارية يتعين إخفاء شارة الماركة أو تصوير ثلاث ماركات على الأقلّ تنتج نفس المادّة المعنيّة.

3.7.5 التفريق بين الإعلان والخبر وعدم بثّ الإشهار الذي تحاول الشركات تمريره كأخبار أو كبلّغات.

8.5 التغطية الإخبارية لشؤون البرلمان ولخطب السياسيين :

9.5 تجنب مونتاج الخطب والكلمات بالصاق مقاطع متباعدة عن بعضها البعض لتبدو وكأنها مسترسلة. لذلك يجب الفصل بين المقاطع المتباعدة بنص مهيدي.

10.5 تجنب أي تلاعب بالصوت أو الصورة. و تجنب تغيير أو تقديم أو تأخير صوت أو صورة حتى لا يتغير السياق الحقيقي للجلسة. ومن ذلك أيضا، تجنب استخدام صور قطع مأخوذة في غير وقتها، مثل استخدام صور لنواب أو مشاركين أو حاضرين من نهاية الجلسة في أولها، أو من أولها في آخرها لأنهم قد يكونوا غير حاضرين سواء في البداية أو الاختتام أو غادروا عند إلقاء الكلمة.

6 . الدقة :

1.6 الدقة هي من المبادئ الأساسية التي تبني الثقة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور. وتحقيق الدقة من خلال الحصول على الوقائع الصحيحة مع توكي الصدق والابتعاد عن التكهنات غير المستندة الى دليل.

2.6 وليست الدقة مجرد جمع للوقائع، بل تتطلب معالجة المعلومات البحث عن الأدلة وتمحيصها. كما تتطلب، في حالة القضايا المثيرة للجدل، تنويع الآراء والتثبت من الحقائق.

3.6 متطلبات تحقيق الدقة:

1.3.6 أن تكون كل المواد الاخبارية المقدمة للجمهور واضحة في مصادرها ومبنية على أدلة سليمة.

2.3.6 أن يتم التحقق من صدقية أي مصدر للأخبار، والإعلان عن صفته صراحة.

3.3.6 التثبت من أصليّة ومصادر أيّة وثائق مكتوبة أو مصوّرة تتضمّن معلومات تستحقّ النشر. كما يجب التّثبت من أيّة أرقام وإحصائيات وذكر مصادرها.

4.3.6 تجنّب نشر أيّة مواد لا يمكن اثباتها أو نسبها الى مصادر واضحة. و إذا دعت الضرورة الملحة إلى بثّ الخبر، وكنا غير قادرين على التحقق منه بما فيه الكفاية، ينبغي أن نقول ذلك، وننسب المعلومات إلى مصدر واحد على الأقل. ولا يتمّ النشر إلا بعد التشاور داخلياً.

4.6 المصادر :

1.4.6 تنقسم المصادر إلى صنفين أولية وثانوية :

– **المصادر الأولية :** التلغزة التونسية هي التي تنتج الخبر الأصلي ولا تنقل عن الآخرين إلا في حالة الضرورة. وفي صورة الحصول على أخبار من وكالات أنباء يجب على الصحفي تتبع الخبر والبحث عن تفاصيل أوفى عنه وتقديمه بشكل يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة.

– **المصادر الثانوية :** وسائل الاعلام الأخرى من وكالات أنباء ومحطات تلفزيونية وإذاعية ومواقع أنترنت وصحف. ويجب أن تخضع معالجة الأخبار من مصادر ثانوية أيضا للسياسة التحريرية للمؤسسة.

2.4.6 لا يحق للصحفي في التلغزة التونسية أن ينسب المعلومات إلى مصادر مجهولة. على غرار صرّح مصدر موثوق به، أو مصدر حكومي، أو قالت مصادر مطلعة... بل يجب أن يكون المصدر واضحا لدى الجمهور ولا لبس فيه.

3.4.6 في بعض الحالات الخاصة، وبعد الدراسة الداخلية، يمكن نشر خبر من مصدر يبقى «غير مكشوف الهوية» لأسباب أمنية لا غير، لكن في هذه الحالة يجب:

- توضيح أسباب إبقاء المصدر في طي الكتمان.
- التأكيد على المعرفة بالمصدر.
- تقديم كل الإثباتات على المعلومة. وإن لم تكن هناك إثباتات، يُحذف الخبر.
- استخدام كلمة «أكد لأخبار، أو لبرنامج كذا، للتلغزة الوطنية»، وليس «لنا».
- تفادي استخدام عبارة «مصدر مجهول»، لأنه ليس مجهولا للجهة التي حصلت على المعلومة.
- لا يمكن اعتماد أي مصدر وسيط ينقل عن جهة مجهولة ما لم تكن المعلومة مدعومة بالحجج الكاملة.
- من حق الصحفي أن يُبقي على مصدره في طي الكتمان، لكن شريطة تقديم الأدلة على ما نقله عنه. ويجب فحص الأدلة والتأكد من صحتها قبل نشرها. لكن من واجب الصحفي إقناع رئيسه بصدقية المصدر وأسباب إبقائه مجهولا، وبصحة الأدلة.

وتجنب تقديم الضيوف بصفات : خبير، محلل ... بل من الضروري تقديمه بصفته الحزبية

5.6 السب والقذف والاتهامات

(لا ننقل السب والشتائم والقذف كما يأتي حرفيًا على لسان قائله، بل نقول: اتهم ب... وفي حدود اللياقة). ولا يمكن نقل أية اتهامات إذا لم تكن مدعومة وموثقة. ويجب في هذه الحالة السعي للحصول على ردّ من الطرف المدعى عليه. وفي حال تعذر ذلك يجب توضيح الأسباب للجمهور.

1.5.6 وإذا حدثت مثل هذه الادعاءات على المباشر، فعلى الصحفي أن يسأل عن الأدلة التي تثبت صحة تلك الاتهامات. مع ضرورة البحث عن الطرف المتهم وإعطائه حق الرد. وإن تعذر ذلك في البرنامج نفسه، يفسخ المجال أمام من لحقه الاتهام بالرد في أقرب فرصة ممكنة وفي نفس الظروف.

2.5.6 يجب التفريق بين الاتهامات المتعلقة بموضوع ما محل نقاش، وبين القذف والسب والشتم الشخصي. وفي هذه الحالة، يجب تنبيه الضيف أن القذف والسب مرفوضان تماما، وإن تمادى في ذلك وكان في حوار جماعي، فيجب أخذ الكلمة منه وعدم إعادتها إليه، وإن تم في حوار ثنائي، يُقطع الحوار.

6.6 الدقة في جمع المعلومات :

1.6.6 من واجب كل صحفي ومنتج القيام بالأبحاث اللازمة عن كل موضوع سيعمل عليه، والسعي إلى الإلمام مسبقا بأي موضوع يتطلب معالجة معمقة.

2.6.6 ضرورة حضور الصحفي مباشرة لتغطية أي حدث وجمع المعلومات على عين المكان. وعدم الاعتماد على المصور وحيدا. وفي حالة الأحداث الطارئة، يلتحق الصحفي بنفسه بمكان الحادث، ليجمع المعلومات ويتأكد منها بالاعتماد على شهود العيان المباشرين للحدث. ويجب ألا يكتفي الصحفي بشاهد واحد تفاديا للتضليل، أو وقوع الشاهد في الخطأ أو التأويل الشخصي. وإذا تضاربت شهادتان، يلجأ الصحفي إلى تأكيد إحدى الروايتين من طرف ثالث.

3.6.6 سواء كان الحدث موثقا بالصورة أو لا، على الصحفي كتابة المعطيات الأولية في الإبان، أو في أقرب وقت ممكن حتى لا تضيع عليه تفاصيل الحدث تحت أي ضغط كان.

4.6.6 تجنب اذاعة الاخبار المأخوذة من المواقع الإلكترونية مباشرة إلا بعد التثبت منها من مصادر أخرى.

5.6.6 اعتماد الموارد الذاتية للمؤسسة لاستقاء المعلومات أولا، وإذا تعذر ذلك لا بد من التأكد من صحة المعلومات من مصادر موثوقة.

6.6.6 إذا كان مصدر المعلومة طرفا خارجيا ولم يكن توفيرها ممكنا ذاتيا، ينبغي وجود مبرر تحريري لبثها. ويشمل ذلك المواد من خدمات الطوارئ، والجمعيات الخيرية، وجماعات حماية البيئة، وغيرها. في حال استخدام هذه المواد، يجب ذكر مصدرها بوضوح إما بالصوت، أو كتابة.

7.6.6 عندما نقل خبرا عن مصدر يثبت ادعاءات خطيرة ويفضّل الاحتفاظ بهويته لأسباب أمنية أو غيرها، يجب اتخاذ جميع الخطوات المناسبة لحمايته وعدم الكشف عنه، ومع ذلك يجب أن نعطي الجمهور ما في وسعنا من المعلومات

عن المصدر وبطريقة لا تزلّاهم حول هويّته. ويفضّل في هذه الحالة عدم وصف المصدر بمجهول الهوية، لأنه يجب أن يكون معروفا لدى منتج المادة الإعلامية وحتى يكون للخبر مصداقيته لدى الجمهور. ويحبذ في هذه الحالة وحفاظا على المصدر أن تقتصر معرفة هويته الحقيقية على منتج الخبر ورئيسه المباشر لا غير

8.6.6 الحرص على ألا يكون تحقيق أيّ سبق صحفي على حساب دقّة الخبر. ويفضّل في هذه الحالة التريّث في بثّ أيّ خبر إلى حدّ التأكّد من مصدره.

9.6.6 تتطلب الدقّة تقديم المعلومة بلغة واضحة ودقيقة وذلك ب:

- تجنب المبالغة.
- تجنب استخدام المفردات التي قد يفهم منها المتلقي معنى مختلفا عن المقصود.
- تجنب كل ما قد يبدو حكما أو موقفا شخصيا للاعلامي أو للمؤسسة.
- ضرورة تجنب مفردات بها أحكام قيمية، واستخدام معاني لا تحمل أي موقف حتى لا يتم التأثير في المتلقي بالسلب أو بالإيجاب.

7.6 الدقّة في استخدام تقنيات الإنتاج :

هناك تقنيات تصوير ومونتاج غير مقبولة، حيث يمكن لبعض هذه التقنيات أن تؤثر على محتوى الخبر وأهميته. ولهذا:

1.7.6 عند التصوير :

- يجب تفادي تغيير حقيقة المشهد، مثل تجميع المتظاهرين لتصويرهم في لقطة جماعية تظهر زحما غير موجود في الأصل.
- يمنع الطّلب من أيّة حشود تردّد شعارات أو إبداء الحماسة أمام الكاميرات.
- وللأمانة في النّقل، يجب عدم حصر التصوير في زاوية ضيقة لإظهار أن الحدث كان فاشلا. ويفضّل في هذه الحالات استخدام اللقطات الواسعة ما أمكن، من أماكن عالية، لإظهار حقيقة المشهد.
- كما يجب أن يتمّ التصوير مع البداية الرّسميّة للحدث وعدم الاكتفاء باللقطات التي تصوّر قبل الانطلاق الرّسمي.

2.7.6 عند المونتاج:

- يجب تفادي استخدام صور القطع التي تظهر وكأنّها تحدث في نفس الوقت، وتعطي انطباعا خاطئا حول الحدث (مسؤول يخطب في حين تظهر صور قطع التقطت قبل الانطلاق الرّسمي للاجتماع أشخاصا منشغلين بالحديث، بما يقدّم صورة مغلوطة وكأنّ الحاضرين غير معنيين بالخطاب).
- يجب تفادي تكرار نفس اللقطات في نفس التقرير حتّى لا تظهر وكأنّها استمرار لنفس المشهد.
- يجب الانتباه جيّدا عند استخدام الجرافيكس لتفسير أو إضافة معلومة حتّى لا يتشوّه معنى الحدث. كما يجب عدم استخدام التلاعب الرقمي بالصور

الفوتوغرافية والفيديو والوثائق.

8.6 إعادة البناء لتجسيم أحداث حقيقية.

وهي تقنية تستخدم عادة في بعض البرامج الواقعية (مكافحة الجرائم والمحاکمات)، أو الوثائقيّات لإعادة تجسيم احداث حقيقية لا تتوفر فيها الصّور. وفي هذه الحالة، الانتباه إلى ضرورة:

1.8.6 عدم تهويل الأحداث حتّى لا تكون مضلّلة للجمهور.

2.8.6 إعادة بناء الأحداث بشكل واضح تماما.

3.8.6 ينبغي أن يكون بناء هذه الأحداث وتمثيلها مبنياً على حقائق وأدلة قابلة للتّثبت.

4.8.6 ينبغي التوضيح كتابة أنّ اللّقطات هي إعادة تجسيم حتّى لا يأخذها المشاهد وكأنّها لقطات حقيقية.

9.6 استخدام الأرشيف:

1.9.6 يجب تفادي استخدام الأرشيف بطريقة يمكن أن تضلّل الجمهور: مثل إعادة استخدام صور مظاهرات قديمة على مظاهرات جديدة).

2.9.6 وفي حال الاستخدام للتذكير، يجب وضع إشارة كتابيّة واضحة عن تاريخ التّصوير ومكانه.

3.9.6 وإذا لم تكن صور الأرشيف من إنتاج وسيلة الإعلام نفسها، فيجب الإشارة كتابياً إلى مصدر هذه الصّور.

10.6 استخدام الاحصائيات: بوصفها مصدرا من المصادر الهامّة في الأخبار والبرامج الإخباريّة، لكن يجب أن يخضع بثها لشروط، حتّى لا تُحدث خلطا في ذهن المستمع أو المتفرّج. ولذلك يجب:

1.10.6 استخدام الرسوم البيانية (الغرافيك) ما أمكن لتسهيل تقبل المعلومة على المتفرّج.

2.10.6 مراعاة وقع الأرقام الإحصائية خاصّة عندما يتعلّق الأمر بمسائل صحّية أو خطرة. (مثلا يفضل أن يقال إنّ المرض يصيب واحدا من 100 مواطن، على أنّه يصيب 100 على مجموعة من عشرة آلاف).

11.6 قواعد أخرى خاصة بالدقة :

يجب التحقق من البرامج المسجلة ومن التقارير إذا مرّ على إنتاجها بعض الوقت قبل بثّها، للتأكد من أنّ الأحداث لم تتجاوزها وإجراء تعديل المادّة إن أمكن، أو حذف جزء منها. وفي بعض الحالات يمكن الإعلان على الهواء عن أيّة تطوّرات جديدة.

12.6 الدقة في الصحافة الاستقصائية

يتزايد في وسائل الاعلام الحديثة الانتاج المنتمي الي الصحافة الاستقصائية سواء في شكل تقارير إخبارية أو في شكل افلام وثائقية. وفي كل الحالات، لابد من مراعاة مجموعة من القواعد لكي لا تنحرف الصحافة الاستقصائية عن هدفها في البحث عن الحقيقة وكشفها للجمهور خدمة للمصلحة العامة. ويجب لذلك التقيّد التام بالسياسية التحريرية للمؤسسة وأخلاقيات المهنة من حيث مراعاة كل القواعد المنصوص عليها في هذه المدونة.

13.6 حق الرد:

1.13.6 يضمن منح حق الردّ التوازن والموضوعية والإنصاف.

2.13.6 في صورة تتضمّن مادة إعلامية اتهاما لشخص أو مؤسسة بسوء التصرف أو الإهمال أو التقصير، بما يؤثر على سمعتهم، فإن من حق الشخص أو المؤسسة الرد على الاتهام.

3.13.6 وعلى المؤسسة الإعلامية تصحيح الخطأ بنشر هذا الرد بنفس البرنامج و الوقت الذي بث فيه الاتهام.

7 . احترام الحياة الخاصة :

1.6 طبيعة الأماكن: عند التعرّض للحياة الخاصّة في المادة الإعلامية، يجب الأخذ في الاعتبار طبيعة موقع التصوير بالمقارنة مع طبيعة المعلومات.

1.1.6 في الأماكن الخاصّة: كالبيوت والمكاتب والصّيعات والنّوادي الخاصّة، يجب التقيّد بالقانون وعدم اختراق أيّ من هذه الأماكن أو دخولها دون إذن من أصحابها لأنّ اختراقها يعدّ «تسوّرا» وتعدّيّا على ممتلكات شخصيّة ويعاقب عليه القانون.

2.1.6 في الأماكن شبه العموميّة: كمحلّات التّجارة والمقاهي والفنادق والمصنّعات، يخضع التّصوير للقواعد التّالية:

- من حقّ صاحب المحل رفض التصوير في محله، ويجب احترامه.
- إذا حصلت الموافقة، فإنّ التصوير في الموقع يخضع لضرورة:

– إشعار الحاضرين في المكان بالنية في التصوير.
– عدم تركيز اللقطة على شخص بمفرده إلا بموافقة. وإذا طلب المعني بالأمر إيقاف التصوير، يجب احترام الطلب.

3.1.6 في الأماكن العموميّة: كالشوارع ومحطات النقل العمومي الخارجيّة والملاعب.

- ليس من الضّورة الحصول على موافقة صريحة من الأفراد الذين يتم تصويرهم كجزء من المشهد العام.
- عدم تركيز الصورة على شخص واحد، ومن المحبذ ألا يقل عدد الأشخاص عن ثلاثة في اللقطة الواحدة.
- الحصول على الموافقات بالتصوير في الأماكن العامّة مثل محطات النقل الداخليّة أو المطارات والملاعب.

2.7 يسقط الحقّ تلقائيًا في الحفاظ على الحياة الخاصّة إذا كان سلوك الفرد إجراميًا أو خطيرًا، أو مضرًا بالمصلحة العامة، وبالتالي لا يمكن التعرّض للسلوك الخاص، والمعلومات، والمراسلات والمحادثات الشخصية إعلاميًا وعرضها للعموم إذا لم يكن هناك سبب يجعل من حقّ الجمهور معرفته مثل:

- * فضح أو الكشف عن جريمة.
- * فضح السلوك الذي يضرّ بالمصلحة الوطنيّة والعامة.
- * فضح الفساد أو الظلم.
- * الكشف عن عجز كبير أو عدم كفاءة الشخصيات العامة أو الإهمال في الإدارة.
- حماية الناس والصحة والسلامة.

3.7 تدخّل طرف ثالث:

يمكن أن تنتهك الحياة الخاصة لفرد ما من خلال ما يكشفه طرف ثالث عنه، إذا لم يكن المعني بالأمر مشاركًا في البرنامج أو يظهر في الصورة أو غير موافق على إذاعة الأخبار المتعلقة بحياته الخاصّة. لذلك، وعندما لا تكون المعلومات الشخصية التي يكشفها طرف ثالث ضمن خدمة المصلحة العامة، فإنّه يجب الحصول على موافقة المعني بالأمر. أو إيقاف الطرف الثالث عن التدخّل في الحياة الشخصية للطرف الغائب.

4.7 الترصد في الأماكن الخاصّة:

يعتبر ترصدًا على الأماكن الخاصّة عند تسجيل أو محاولة تسجيل مقابلة فجيّة ودون اتّفاق مسبق مع شخص ما على عتبة موقعه الخاصّ بغرض البحث. ويشمل الترصد أيضًا تسجيل مكالمات هاتفيّة أو التواصل عبر الانترنت للبحث في الأخبار أو برنامج ما، دون علم الشخص. ولا يتمّ اللجوء إلى ذلك إلا كملاذ:

- * إذا فشلت كل المحاولات للحصول على تصريح من المعني بالأمر حول المخالفات المزعومة.

• إذا رفض المعني بالأمر علنا، وأكثر من مرّة الإيداء بتصريح دون تقديم أسباب للرفض.

7.5 الترضد لغائدة النشترات والبرامج الأخبارية :

7.5.1 لأهمية الحصول على تصريح من شخص ما ، لا يمكن لأي صحافي أن يمارس الترضد بقرار ذاتي إلا بالرجوع إلى رئيسه ومناقشة الأمر.

7.5.2 ولا يمكن لرئيس التحرير الموافقة إلا إذا كانت هناك أدلة على جريمة أو مخالفات قانونية كبيرة.

7.5.3 لا يعتبر ترصدا اصطياذ الشخصيات المتعوددة على الظهور أمام الكاميرات، وتتوقع دائما أن تتلقى أسئلة من الصحافيين. ويمكن استجواب هؤلاء دون مواعيد مسبقة عندما يكونون في المطار مثلا أو أمام إداراتهم.

7.5.4 كما لا تعتبر استجوابات العامة من المواطنين لاستطلاع آرائهم في موضوع ما من الشأن العام ترصدا. وإذا رفض مواطن التصوير فيجب احترام رغبته. أما إذا شارك شخص برأيه في موضوع التصوير فهذه موافقة واضحة منه على تصويره.

7.5.5 عندما يقبل أي مشارك الحديث عن حياته الخاصة، يمكن افتراض أنه قد سمح ببث الحديث، لكن يجب احترام أية شروط يتم الاتفاق عليها قبل التسجيل.

7.6 المشاركة في المداهمات وعمليات التفقد:

تكون المشاركة في المداهمات وعمليات التفقد عند مرافقة الأمن في عمليات مداهمة، أو عند مرافقة مصالح وزارة التجارة أو الصحة أو غيرها في عمليات تفقد فحائية تهدف إلى الحفاظ على المصلحة العامة أو تفادي إلحاق ضرر بها.

7.6.1 يجب عدم المشاركة في مثل هذه العمليات لبثها إلا إذا كانت هناك فعلا ضرورة تحريرية، وبعد الأخذ في الاعتبار أية مسائل قانونية وخاصة منها ما يتعلق بانتهاك الحياة الشخصية للأفراد والتعدي على ممتلكات الغير.

7.6.2 عند المشاركة في مثل هذه العمليات، ضرورة اتباع الإجراءات التالية:
* يجب أن يفهم المستهدفون من المداهمة أو التفقد ما يقوم به الصحفي، ولأية وسيلة إعلامية.

* يجب الحصول على إذن من صاحب البيت أو المحل للتصوير، وإن رفض ذلك يجب احترام رغبته.

* إذا طلب صاحب المحل من الفريق الصحفي المغادرة، فيجب احترام طلبه أيضا.
* لكن يمكن تجاهل الأمر إذا ثبت وأن المستهدف بعملية التفقد متورط فعلا في عمل مخالف للقانون ويضر بالمصلحة العامة.

• أمّا إذا ثبتت براءة الشخص الذي تعرض للمداهمة، فيجب إمّا الحصول على إذنه في بثّ المادّة، أو عدم استغلالها تفادياً لإلحاق الضرر بسمعته أو بتجارته.

7.7 التصوير السري

1.7.7 تفادياً للاعتداء على الحياة الخاصّة، فإنّ التصوير السريّ هو من قبيل الاستثناء ولا بد من وجود مبررات قوية له مثل كشف جريمة أو عمليّات فساد، أو كشف ضرر يلحق المجتمع، أو رفض طرف ثبت تورّطه في جريمة التصوير أو الحديث أمام الكاميرا. ولا بد لذلك من موافقة رئيس التحرير أو منتج البرنامج، أو من هم أعلى رتبة في سلكهم المسؤولة التحريريّة.

2.7.7 يراعى مراجعة الفريق القانوني في المؤسسة لضمان عدم مخالفة القوانين.

3.7.7 يراعى عدم اظهار شخصية من هم موجودون في المكان اثناء التصوير بطريقة تمكن من التعرف على هويتهم الا في حالة تعقب شخصية بعينها.

4.7.7 الحصول على اذن ببث ما تم تصويره ان امكن بعد التصوير من اصحاب الاماكن التي تم التصوير فيها وكذلك من اولئك الذين يظهرون في اللقطات المختلفة كلما امكن ذلك، إلّا إذا كان صاحب المحل شريكا في الجريمة أو يستخدم المحل لغايات إجرامية.

5.7.7 من الضروري العمل على عكس الواقع دون تهويل او تهوين.

8 . حماية الأطفال والضعفاء :

1.8 يجب إيلاء عناية خاصّة لخصوصيّات الأشخاص تحت سنّ السادسة عشرة والمواطنين ضعيفي المدارك وخاصّة إذا كان التعرف عليهم يُمكن أن يعرضهم للخطر.

2.8 إذا كان لا بدّ من ظهور خصوصيّة الأطفال أو أي شخص ضعيف المدارك في برنامج ما، يجب الحصول على موافقتهم (حيثما أمكن)، إضافة إلى الموافقة المسبقة من أحد الوالدين أو الوصي القانوني أو أي شخص مسؤول عنهم.

3.8 يخضع التصوير عندما يتعلق الأمر بالأطفال والضعفاء إلى الضوابط التالية:

1.3.8 لا يقع تصوير الأطفال حتى في الشارع إلا بعد موافقة الولي.

2.3.8 إذا كان موضوع التصوير وضعية مهينة (فقر أو تشرد أو تسول...) من

الواجب عدم إظهار ملامح الطفل، من ذلك تصويره من بعيد...

3.3.8 تجنب ذكر الأسماء عندما يكون القاصرون ضحايا أو شهودا ، أو متهمين في قضايا جنائية

4.3.8 الامتناع عن تصوير الأشخاص الذين يعانون من أمراض نفسية أو المختلين عقليا وعن نشر صورهم أو الالتزام بإخفاء معالمهم إذا كانت المادة الإخبارية تتعلق بهذه الشريحة.

4.8 الاحتياط عند التصوير داخل السجون والحديث إلى المساجين لأنهم يكونون مسلوبو الحرية، ويمكن أن يتعرّضوا لضغوط نفسية أو جسدية. ويختر في هذه الحال:

1.4.8 التشاور مع قانونيين وأخصاء نفسيين.

2.4.8 الحديث مع السجين على انفراد للحصول على موافقته قبل التسجيل معه والتثبت من أنه لا يتعرّض لأي نوع من الضغوط للظهور أمام الكاميرا والإدلاء بتصريحات في اتجاه معين.

3.4.8 إذا كان المساجين مورّطين في جرائم أخلاقية أو بشعة، يختر أيضا، وبعد إعلام السجين، التشاور مع عائلاتهم حتى لا يلحقهم ضرر مادي أو معنوي.

4.4.8 تفادي الخوض في مواضيع براءة السجين من عدمها لأن القضاء قال كلمته فيه.

5.4.8 عند التقاط صور عامة من داخل السجن، وفي ظروف عادية، يجب احترام رغبة أي سجين في عدم الظهور على الشاشة، أو تغطية ملامح وجهه.

5.8 إذا كان لا بدّ من ظهور خصوصية الأطفال أو أي شخص ضعيف المدارك في برنامج ما، يجب الحصول على موافقتهم (حيثما أمكن)، إضافة إلى الموافقة المسبقة من أحد الوالدين أو الوصي القانوني أو أي شخص مسؤول عنهم.

6.8 ضرورة الالتزام بمبادئ حقوق الانسان والقوانين الساري بها العمل والمصادق عليها في البلاد من ذلك:

1.6.8 ضرورة احترام كرامة جميع الاطفال في جميع الظروف.

2.6.8 لدى مقابلة الأطفال أو اعداد التقارير عنهم , ينبغي ايلاء اهتمام خاص بحق جميع الاطفال في الخصوصية الشخصية والسرية، وفي توفير الحماية لهم من الاذى والعقاب بما في ذلك حمايتهم من احتمال او امكانية تعرضهم للأذى

والعقاب.

3.6.8 ينبغي حماية المصالح الفضلى لجميع الاطفال واعطاؤها الأولوية على أي اعتبار آخر بما فيها اعتبارات كسب الدعم والتأييد لقضايا الأطفال وتعزيز حقوقهم.

4.6.8 عند محاولة تقرير المصالح الفضلى للطفل ينبغي اعطاء حق الطفل في أخذ وجهات نظره بعين الاعتبار , ما يستحقه من الاهتمام الواجب وفقا لعمره ومستوى نضجه

5.6.8 ينبغي استشارة أقرب الاشخاص لوضع الطفل وأفضلهم قدرة على تقييم ذلك الوضع حول ما يترتب على التقرير الصحفي من تبعات سياسية واجتماعية وثقافية.

6.6.8 الامتناع عن نشر أي قصة اخبارية او خبر اعلامي او صورة يمكن ان تعرض الطفل او اشقاءه او أقرانه للخطر حتى عندما يتم تغيير هوية الطفل أو طمسها أو عدم استخدامها.

7.6.8 عدم الحاق الأذى بأي طفل وتجنب طرح الأسئلة أو إبداء التوجيهات أو الملاحظات المبنية على الاجتهاد والتقدير أو غير المراعية لحساسية القيم الثقافية أو التي تضع الطفل في موضع الخطر أو تعرضه للاهانة أو التي تبعث من جديد في نفس الطفل الألم والحزن الناجم عن أحداث مؤلمة.

8.6.8 عدم العمل على اضافة المزيد من الوصم الاجتماعي لأي طفل : تجنب تصنيف الأطفال الى فئات أو توصيفهم بأوصاف تعرضهم للعقاب بما في ذلك الحاق الأذى البدني او النفسي او تعرضهم للاساءة مدى الحياة او التمييز ضدهم أو رفضهم من قبل مجتمعاتهم المحلية

9.6.8 العمل دائما على تغيير اسم الطفل وطمس هويته المرئية (صورته) في الحالات التي يتم فيها تعريف الطفل بصفته:

1 ضحية للاساءة الجنسية او الاستغلال الجنسي.

2 مرتكبا لاساءة بدنية أو جنسية

3 مصابا بفيروس نقص المناعة البشرية او توفي بسبب السيدا ما لم يعط الطفل أو أحد والديه أو وصيه موافقة خطية كاملة مبنية على المعلومات

4 متّهما أو مدانا بارتكاب جريمة

9 . تغطية الانتخابات والاستفتاءات :

تعمل التلفزة التونسية على أن تكون المصدر الأول للمعلومات المتعلقة بالحملة الانتخابية وما يتبعها يوم الصمت الانتخابي ويوم الاقتراع ويوم إعلان النتائج وما يحصل بعدها من نقاشات وتحليلات للانتخابات ونتائجها، كما أن التلفزة التونسية مطالبة بأن تكون المصدر الموثوق به لدى المواطن التونسي والرأي العام الدولي، خاصة عندما ننظر إلى حجم الاهتمام الدولي بالانتخابات التونسية.

1.9 يجب الأخذ في الاعتبار وأنّ المادّة الإعلامية التي تقدّمها المؤسسة، تكون محلّ مراقبة شديدة من قبل مختلف الأطراف المعنيةّ بالانتخابات مثل الأحزاب السياسيّة وهيئة تنظيم الانتخابات والجمهور. ويمكن أن تبدأ هذه المراقبة حتّى من قبل الانطلاق الرسميّ للحملات الانتخابيّة. لذلك يجب التقيّد التامّ بمبادئ الحياد والتوازن والنزاهة سواء أثناء تغطية الحملات الانتخابيّة أو يوم الاقتراع والإعلان عن النتائج.

2.9 دور المؤسسة الإعلامية في العملية الانتخابية:

تقوم المؤسسة بوصفها مرفقا عموميّا مخوّلا رسميّاً بتغطية الحملات الانتخابيّة. لذلك تتولّى في إطار هذه الخدمة :

- توضيح القوانين والإجراءات الخاصّة بالعملية الانتخابيّة للجمهور.
- المساهمة في التعريف بالبرامج الانتخابيّة للأحزاب السياسيّة.
- مساءلة الأحزاب عن فحوى برامجهم لتمكين الجمهور من فهم أكبر لمضامينها.

3.9 تطبيق الدقّة في الحملات الانتخابية:

تتطلّب تغطية الانتخابات التقيّد الصّارم بالمبادئ الأخلاقيّة للسياسة التحريرية من حيث:

1.3.9 على الإعلاميين المكلفين بتغطية الانتخابات أن يكونوا مطّلعين اطلعا كاملا على:

- * القوانين الانتخابيّة.
- * دارسين لفصول الدستور ذات الصّلة.
- * عارفين بأهمّ الأحزاب السياسيّة المشاركة واتّجاهاتها وأهمّ شخصيّاتها وأيّة تحالفات فيها أو انقسامات داخلها.
- * يجبذ أن تتولّى المؤسسة تنظيم دورة تدريبية قبل أيّة انتخابات لتأطير الإعلاميين المكلفين بالتعامل مع التغطية الانتخابيّة.

2.3.9 يجب التشاور مع الممثل القانوني للمؤسسة لاجتناب الوقوع في خطأ

قانوني أو أخلاقي، ويتوجب على المؤسسة توفير مستشار قانوني لفترة الانتخابات.

3.3.9 وتتطلب الدقة في تغطية الانتخابات أن يقوم الإعلامي ب:

- التثبت في أسماء المرشحين.
- ذكر أرقام دقيقة عن المشاركين في المناسبات الانتخابية.
- نقل الكلام الذي يقوله المرشحون بأمانة مطلقة.

4.9 تطبيق الحياد في الحملات الانتخابية.

1.4.9 لتحقيق الحياد، يمكن اعتبار سلسلة من البرامج التي تحمل الاسم نفسه، ولها مواعيد بث قارة، بمثابة برنامج واحد ممتد على فترة زمنية. وينظر إليها ككل. وفي هذا الصدد، يجب أن تكون هذه النوعية من البرامج ومحتوياتها مبرمجة مسبقاً، ويجب الإعلان عن تواريخ ومواعيد السلسلة منذ الحلقة الأولى منها.

2.4.9 يمكن تطبيق الحياد على فترة زمنية ما، أي أنه وعلى سبيل المثال، ليس بالضرورة أن تكون وجهتا النظر المختلفتين في نفس النشرة أو الحلقة من البرنامج، بل يمكن أن يكون الرأي المخالف في حلقة لاحقة حسب دورية النشرة أو البرنامج وفي وقت زمني معقول.

3.4.9 لكن حق الرد على اتهام صادر ضد شخص غير حاضر، يجب التّعجيل به في أول نسخة لاحقة من النشرة أو البرنامج.

4.4.9 يجب على منتجي النشرات والبرامج أن يفسحوا المجال لمجموعة واسعة من الأفراد ووجهات النظر والحجج.

5.4.9 يجب الانتباه عند تغطية الأنشطة الحكومية في النشرات والبرامج الإخبارية أثناء الحملات الانتخابية إلى ألا تكون هذه الأنشطة في إطار الحملة الانتخابية للحزب الحاكم.

6.4.9 وفي المجمل، وخاصّة في فترة الحملات الانتخابية، وقبلها، فإنّ دعوة سياسيّ لحضور نشرة إخبارية أو برنامج ما، يجب أن يكون الاستثناء وليس القاعدة، ويجب أن يكون مبرراً وبقرار لا يقل عن رئاسة التحرير.

7.4.9 وفي كلّ الحالات، تلتزم المؤسسة باحترام القوانين والإجراءات الخاصّة بتغطية الانتخابات سواء الصادرة عن الجهة المنظمة للانتخابات، أو ما تتضمنه القوانين التنظيمية.

8.4.9 لكن من المهمّ أن تقوم إدارة المؤسسة بوضع مدونة سلوك خاصّة بتغطية أية انتخابات وكيفية إذاعة نتائج استطلاعات الرأي.

9.4.9 كما يجب أخذ أيّ تشكّيات من أيّ طرف معنيّ بالانتخابات بكلّ جدّية، والرد عليها مع تصحيح الخطأ إن وقع.

10.4.9 احترام فترة صمت وسائل الاعلام وعدم نشر نتائج سبر الآراء خلال الفترة المعلنة.

5.9 الحياد في تغطية الانتخابات ايام الصمت و الاقتراع:

يتمّ يوم الانتخابات، الاقتصار في التغطية الإخبارية على المواضيع التي لا جدال فيها مثل توجّه الناخبين لصناديق الاقتراع، وظهور السياسيين في مكاتب الانتخاب دون اذاعة تصريحات منهم. لكن يجب تماما تفادي أية مواضيع كانت محلّ نقاش أو مواجهات بين الأحزاب أثناء الحملة الانتخابية وعدم العودة إليها لأيّ سبب من الأسباب. وحتّى وإن جدّت أحداث أو تصريحات حول مثل هذه المواضيع يوم الانتخاب، فيجب تجاهلها تماما حتّى لا تتهم وسيلة الإعلام بالسعي إلى التأثير على قرار الناخب.

6.9 الإنصاف والتوازن في تغطية الانتخابات:

يكون تحقيق الإنصاف بالتعامل على قدم المساواة مع كل المرشحين في كنف الحياد التامّ والشفافية. ويكون التوازن بعرض أطراف الرأي المختلفة، مع ضرورة التأكّد من حصول الأحزاب والأطراف كافة على التغطية الإعلامية المتكافئة.

7.9 النزاهة في تغطية الإنتخابات :

1.7.9 الشّروط الواجب توفّرها في الإعلاميين المكلفين بتغطية الإنتخابات.

- أن لا يكون له أيّ منصب أو نشاط في صلب حزب أو حركة سياسية.
- ألا يعبر عن أيّة مواقف سياسيّة أو آراء شخصيّة يمكن أن تؤثر على الجمهور أو تخرج به عن حياده بما يؤثّر على مصداقيّته ومن وراء مصداقية المؤسسة.
- أن يتمسك بالمعايير المهنية في مواجهة أيّة ضغوط داخلية أو خارجية. وعليه أن يعلم مرؤوسيه بأيّ محاولات من الأطراف الانتخابية لإغرائه والتأثير على عمله.
- ويمنع على أيّ إعلاميّ في المؤسسة منعا باتا أن يشارك في أيّة حملة انتخابية أو نشاط مهمما كان نوعه لأيّ حزب أو حركة سياسيّة وخاصة أثناء الحملات الانتخابية حتّى لو لم يكن عضوا فيها.

2.7.9 الانتباه أثناء البرامج التي يشارك فيها الجمهور وخاصة منها المباشرة، وطيلة الحملة الانتخابية، ألا تكون الانتخابات موضوع البرنامج، ويجب منع أيّ مشارك من الخوض في موضوع الانتخابات.

8.9 استطلاعات الرأي: الخاصّة بالانتخابات والاستفتاءات.

1.8.9 التعامل بحذر ازاء نتائج عملية سبر الآراء مع التأكيد على نسبية هذه النتائج ودلالاتها.

2.8.9 تجنب نشر نتائج عملية سبر الآراء الخاصّة بشعبية الأحزاب والمرشحين اجتناباً للتأثير على توجهات الناخبين فهذه العمليات لا تستجيب للمنهجيات العلمية التي تضمن مصداقيتها.

3.8.9 قد تكون نتائج استطلاعات الرأي مفيدة في معرفة النوايا الانتخابية للجمهور، إلا أن الحذر واجب في استخدامها كمادة موثوق منها، (وينسحب ذلك كذلك خارج الفترات الانتخابية) لذا يجب:

- ألا تكون نتيجة استطلاع الرأي أول خبر في النشرة.
- ألا تدرج في العناوين الرئيسية.
- التوضيح بأن نتائج استطلاع الرأي لا تعني الإثبات، بل هي مجرد استنتاج عام بشأن خيارات الناخبين. لذا من المهمّ تفادي أية لغة تعطي نتائج استطلاعات الرأي وزناً أكثر ممّا تستحقّه. ويجب القول إنّ استطلاعات الرأي «تشير إلى»، وليس «تؤكد» أو «تثبت».

- يجب توضيح اسم الهيئة التي أجرت الاستطلاع والجهة الممولة له بالإضافة إلى توضيح نتائجه والفرصيات التي ينطلق منها وعينة الاستطلاع. وهذه النوعية من المعلومات لابد من توضيحها سواء عبر الصورة في التليفزيون أو الجرافيك عبر الموقع الإلكتروني.

- يجب توضيح التوقيت الذي أجري فيه الاستطلاع. ولابد من الاشارة إلى الأحداث الاستثنائية التي قد يكون لها تأثير مميز على الاستطلاع.

- يجب توضيح الوسيلة التي أجري بها الاستطلاع سواء أجري عبر المقابلة المباشرة أو عبر الهاتف أو عبر الإنترنت.

- يجب توضيح هامش الخطأ المتوقع في الاستطلاع ويمكن للتليفزيون والجرافيك الإلكتروني المساعدة في إبراز هامش الخطأ كمقارنتها بنتائج استطلاعات أخرى حول الموضوع نفسه إن وجدت.

- توشي الحذر ازاء الاحصائيات التي تقدمها الأحزاب السياسية بشأن عدد المشاركين في التجمعات الحزبية ومقارنة هذه الاحصائيات بمعطيات يمكن جمعها من خلال الصحفيين وسكان المنطقة أو أي شخص يكون حاضرا على عين المكان.

4.8.9 لا يمكن لأية نتائج استطلاع للرأي تجرى يوم الانتخابات أن تثبت قبل إغلاق مكاتب الاقتراع، بما في ذلك ما يعرف /باستطلاعات العينة/ التي تجرى على أبواب مكاتب الاقتراع.

10 . مبادئ عامة أخرى :

1.10 يحق للصحافي أن يرفض إنجاز عمل كلف به، عندما يكون هذا العمل مخالفا للمبادئ الأخلاقية المنصوص عليها في هذا الميثاق لا غير، على أن يقدم المبررات الداعمة لرفضه، ولا يفضي الرفض إلى عقوبة أو ضرر أو إعفاء.

2.10 تكون هذه المدونة الفيصل في المهنيّة، حيث يتم الاحتكام إليها في تحديد المسؤولية عن الأخطاء المهنيّة.

3.10 ضرورة عقد جلسات التحرير والتقييم، إذ من الهامّ نقاش أيّ موضوع مستجدّ ولم ترد تفاصيله في مدونة السلوك، في جلسات تشاور داخليّة بين المعنيين بالإنتاج الإعلامي على مختلف مستوياتهم لإيجاد أفضل الحلول الممكنة بناء على المبادئ العامّة لأخلاقيات السلوك المهني.

4.10 يجب تحيين مدونة السلوك وعند الضرورة مرة كل سنة وتضمينها آية ضوابط مستجدّة حسب ما يعترض عمل الإعلاميين.

5.10 يجب ألاّ يتنازل إعلاميو المؤسسة عن تمسّكهم بهذه المبادئ مهما تعرّضوا له من انتقادات أو ضغوطات أو إغراءات من أية أطراف خارجيّة.

6.10 التلغزة التونسية ملزمة بنشر كافة الشكاوى التي قد ترد من الجمهور سواء كأفراد أو كجماعات والرد عليها واصلاح الخطأ والاعتذار عنه في حالة وقوعه في آجال معقولة.

7.10 العناية بشكاوي الجمهور من شأنه تكريس مبدأي المحاسبة والشفافية مع الجمهور.

هذه النسخة الأولى من وثيقة «السياسة التحريرية» لمؤسسة التلفزة التونسية، وهي قابلة للتعديل والتحيين كما تنص على ذلك الفقرة 3 من المبادئ العامة لهذه الوثيقة
وبإمكان كل العاملين المعنيين بالإنتاج التلفزي بمختلف مجالاته تقديم إقتراحاتهم وملاحظاتهم وإضافاتهم عبر البريد الإلكتروني المخصص لذلك
deontologie@tunisiatv.tn

Ce Document est la première mouture du code déontologique de la télévision nationale tunisienne.
Un code qui sera amené à être rectifié et mis à jour comme mentionné dans le troisième paragraphe de son préambule.
Toute personne concernée par la production audiovisuelle pourra faire part de ses commentaires et suggestions via e-mail désigné à cet effet :
deontologie@tunisiatv.tn

