

EDİTORYAL DÜRÜSTLÜK VE BAĞIMSIZLIK

EDİTORYAL DÜRÜSTLÜK VE BAĞIMSIZLIĞA İLİŞKİN YAYIN İLKELERİ

ÜRÜN YERLEŞTİRME

ÜRÜN VURGULAMA

TANITIM SPOTLARINDA ÜRÜN VURGULAMA

DIŞ KAYNAKLARCA SAĞLANAN TANITIM MALZEMELERİ/HABERLER

ÜRÜN VE HİZMETLERİN TANITIMI

PROGRAMLARDA DONATIM OLARAK KULLANILAN ÜRÜNLER

ÜRÜNLERİN, HİZMETLERİN VE DONATIMIN ÜCRETSİZ YA DA İNDİRİMLİ KULLANIMI

MEDYA DAVETLERİ VE İNCELEME GEZİLERİ

KATKICILARIN AŞIRI REKLAMI

ÜÇÜNCÜ KİŞİLERE AİT WEB SİTELERİNE LİNKLER

BBC TİCARİ KANALLARI VE SERVİSLERİ

BBC PROGRAM VE SERVİSLERİYLE İLİNTİLİ TİCARİ ÜRÜNLERE DEĞİNME

BBC PROGRAMLARIYLA İLİNTİLİ TİCARİ ÜRÜNLER HAKKINDA TANITIM SPOTLARI

YARIŞMA PROGRAMLARI

ÇIKAR ÇATIŞMALARI

REKLAMLAR VE BBC MARKASI

SOSYAL EYLEM PROGRAMLARI

HAYIRSEVER GİRİŞİMLERE İLİŞKİN PROGRAMLAR

BBC DESTEK HİZMETLERİ

ORTAK GİRİŞİMLER

DESTEK HİZMETLERİ İÇİN TANITIM SPOTLARI

YARDIM HATLARI

OTOMATİK BİLGİ HİZMETLERİ

BBC'nin global itibarı editoryal dürüstlük ve bağımsızlık temelleri üzerinde durmaktadır. İzleyicilerimiz kararlarımızda siyasi ya da ticari baskıların ya da kişisel çıkarların etkili olmadığına güvenebilmelidirler. BBC'yi gözden düşürecek herhangi bir şey yaparak bu değerleri zedelememeliyiz.

EDİTORYAL DÜRÜSTLÜK VE BAĞIMSIZLIĞA İLİŞKİN YAYIN İLKELERİ

- Hem devletten hem de partizan çıkarlardan bağımsız olmamız gerekir.
- Başka hiç bir kurum ya da kuruluşu ve onlara ait ürün, faaliyet ya da hizmetleri desteklememeli ya da destekler görünmemeliyiz.
- Ticari ürünleri ya da hizmetleri gereğinden çok öne çıkarmamalıyız.
- Programlarda ürün yerleştirme olarak bilinen uygulamaya yer verilmemelidir.
- Yayınlarda ve web sitelerinde, başkalarının katkı ya da yardımlarına teşekkür eden ibarelerin haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalıyız.
- Kamu hizmetindeki yayınlarımızda BBC'nin ya da BBC ile ilintili ticari ürün ve hizmetleri tanıtırken aşırıya kaçmamalıyız.
- Sunucular da dâhil, BBC için çalışan kişilerin kurum dışındaki faaliyetleri, BBC programlarını ya da kurumsal karar alma sürecini uygunsuz şekillerde etkilememelidir.

BBC'nin Birleşik Krallık'ta ve dünyadaki izleyicilerine verdiği ticari hizmetlerle ilgili olarak göz önüne alınması gereken özel birtakım hususlar vardır.

ÜRÜN YERLEŞTİRME

Herhangi bir ürün ya da hizmeti, para, hizmet ya da aynı bir ödeme karşılığında görsel ya da sesli ortamlarımızda asla kullanmamalıyız. **Ürün yerleştirme olarak tanımlanan bu tür anlaşmalar AB yasalarına aykırıdır.**

ÜRÜN VURGULAMA

Gerçek dünyayı yansıtabilmemiz gerektiği için, yayınlarımızda ticari ürünlere, kuruluşlara ve hizmetlere değinmekten kaçınamayız.

Ürünleri, kuruluşları ya da hizmetleri aşırı derecede öne çıkarmaktan ya da bunlara reklam ya da destek sağladığımız izlenimini vermekten kaçınmalıyız. Bunu amaçla yapılması gerekenler şunlardır:

- ticari isimlere, markalara ve sloganlara yapılan göndermelerin haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalıyız.
- markalar ya da logoları uzun süre görüntüde tutmamalı ve bir markadan defalarca söz edilmesi için son derece sağlam editoryal nedenler olmadıkça marka adını sıkça anmaktan kaçınmalıyız.
- yayında ya da web sitelerinde gösterme, link verme ya da yayındışı pazarlama karşılığında ücretsiz ya da indirimli ürün ve hizmetler kabul etmemeliyiz.
- çocuklara çekici gelecek şekilde tasarlanmış yayınlarda ürünlere yapılan göndermelerin en azda tutulmasına özellikle dikkat etmeliyiz.
- reklam kampanyalarından ya da tanıtımlardan alınmış malzemeyi ancak haklı editoryal gerekçeler varsa kullanmalıyız. Genel olarak, sadece kısa bir parça kullanılması kabul edilebilir. Telif hakları da göz önünde tutulmalıdır.

TANITIM SPOTLARINDA ÜRÜN VURGULAMA

Program tanıtım spotlarında ya da BBC programlarının pazarlama malzemelerinde ticari ürün ya da hizmetlerden söz etmekten, normal olarak, kaçınılmalıdır. Markalı bir ürün ya da hizmetten söz edilecekse, bunun haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalıyız.

Tanıtım spotlarında, normal olarak, üçüncü kişilerin reklamlarına yer verilmemelidir.

Program tanıtım spotlarında ticari ürünlere ya da reklam kliplerine yer verme önerileri Yayın Politikası Başdanışmanına danışılmalıdır.

DIŞ KAYNAKLARCA SAĞLANAN TANITIM MALZEMELERİ/HABERLER

Hangi haberleri seçeceğimize ve izleyeceğimize kendi bağımsız editoryal nedenlerimizle karar vermemiz gerekir.

Başka kuruluşların ve ticari şirketlerin bizi “yönlendirme” girişimlerine karşı tetikte olmalıyız, aynı kaynaklar kısa süreler içinde çeşitli servislerimize kendileriyle ilgili haberler yerleştirmeye de çalışabilirler.

Bir haberde ya da aktüel içerikte, bir üründen, hizmetten ya da kuruluştan söz edileceği zaman, bunun haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalıyız.

ÜRÜN VE HİZMETLERİN TANITIMI

Ürün ya da hizmetlerin tanıtıldığı programların reklam unsuru içermemesini sağlamalıyız. Farklı tedarikçilerden edinilmiş farklı ürünleri değerlendirmeli, normal olarak, bunların nasıl ve nereden edinilebileceğine yayında değinmemeliyiz.

PİYES, KOMEDİ YA DA EĞLENCE PROGRAMLARINDA SAHNE DONATIMI OLARAK KULLANILAN ÜRÜNLER

Piyes, komedi ve eğlence programlarımızda markalı ürünlerin, hizmetlerin ya da kuruluşların kullanılması ya da bunlardan söz edilmesinin haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalı ve herhangi birini aşırı ölçüde öne çıkarmamak için zaman içinde farklı ürün ve hizmetleri kullanmalıyız.

Sahne donatımı olarak gerçek ürünler kullanıldığında, normal olarak, markanın açıkça görünmemesini sağlamalı ve yakın çekimlerden kaçınmalıyız. Markanın gösterildiği durumlarda markaya ayrıca sözle de atıfta bulunmayı editoryal açıdan haklı göstermek normalde zordur.

Donatım malzemesinin ücretsiz ya da indirimli olarak kabul edildiği durumlarda haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalıyız. Ayrıca farklı markaları kullanmalı ve bu tür alışverişlerin ayrıntılarını doğru biçimde kayda geçirmeliyiz.

TESİSLERİN, ÜRÜNLERİN, HİZMETLERİN VE DONATIMIN ÜCRETSİZ YA DA İNDİRİMLİ KULLANIMI

BBC için çalışan hiç kimse, hiç bir koşul altında, tedarikçilerden kişisel fayda sağlamamalı ya da teşvik amaçlı verilen mal ya da hizmetleri kabul etmemelidir.

Normal olarak, seyahat ve konaklama giderlerimizi ve yararlandığımız diğer hizmetlerin çoğunun karşılığını kendimiz ödememiz gerekir. Sadece sınırlı sayıda yayın bölümü ücretsiz ya da büyük ölçüde indirimli imkânlardan, ürünlerden, hizmetlerden ve sahne donatımından yararlanabilir. Geniş bir yelpazede yer alan ürünleri değerlendiren ve sergileyen tüketici ve yaşam tarzı programları, zaman zaman ücretsiz ya da indirimli ürün ve hizmet kabul edebilirler. Tiyatro ve bazı eğlence programlarında, yapımcılar bazen ücretsiz ya da indirimli sahne donatımı alabilirler. Bu tür anlaşmalara girdiğimiz nadir durumlarda şunları yapmalıyız:

- bölüm olarak neyin kabul edildiğini gösteren doğru kayıtlar tutulmalıdır.
- indirim ancak başka büyük kuruluşlara da yapılan indirim düzeyindeyse kabul edilmelidir.
- herhangi bir ürün ya da hizmetin kullanılacağına, kullanıldığı takdirde de olumlu gösterileceğine dair güvenceler verilmemelidir.
- tedarikçilere, reklam ve tanıtımlarında, ürün ya da hizmetlerinin BBC tarafından kullanıldığına değinemeyecekleri bildirilmelidir.
- yayında ve web sitelerinde ancak haklı editoryal gerekçelerle teşekkür edilmelidir.
- tedarikçilere programın yapımında söz hakkı ya da önceden görme izni verilmemelidir.

MEDYA DAVETLERİ VE İNCELEME GEZİLERİ

Bir uçak ya da geminin ilk seferi, ya da askeri bir harekât gibi, **başka türlü izlenemeyecek önemli olaylar haricinde masrafları karşılanan gezilere, normal olarak, katılmayı kabul etmememiz gerekir.**

Masrafları karşılanan bir geziye katılma önerileri üst düzeyde bir editöre ya da Bağımsız yapımcılar söz konusuysa, onları görevlendiren editöre danışılmalıdır. Masrafların bir bölümünü karşılamayı önermeyi de düşünebiliriz.

İmkânı sağlayan ticari operatörlerden, normal olarak, yayınlarda ya da web sitelerinde söz etmememiz gerekir. Söz etme önerileri üst düzeyde bir editöre ya da Bağımsız yapımcılar söz konusuysa, onları görevlendiren editöre danışılmalıdır.

Geziye imkân sağlayan başka kuruluşlardan, örneğin hayır kurumları ya da kulis gruplarından yayınlarda ya da web sitelerinde söz ettiğimiz takdirde bunun haklı editoryal gerekçeleri bulunduğundan emin olmalıyız.

KATKICILARIN AŞIRI REKLAMI

Sohbet programlarına ve diğer programlara, bir ürün, örneğin bir filmi, albümü ya da kitabı tanıtmak üzere katılan katkıcıların tanıttığı ürünü çok fazla öne çıkarmamalıyız. Ürün üzerinde enine boyuna konuşulması ve tartışılması tamamen kabul edilebilir olsa da, ürün, normal olarak, dekor şeklinde kullanılmamalıdır. Ürünü yansıtan her türlü görüntü, özellikle bir albüm kapağının ya da kitap sayfalarının yakın çekimi editoryal açıdan haklı gösterilebilmelidir.

ÜÇÜNCÜ KİŞİLERE AİT WEB SİTELERİNE LİNKLER

BBC'nin rollerinden biri güvenilir bir web rehberi olmaktır. Bir BBC sitesinin içeriğini hazırlarken editoryal açıdan hangi harici sitelere link vermenin haklı gösterilebileceğini düşünmeliyiz. Örneğin kamu hizmeti sağlayan BBC sitesinden ve ticari sitenin editoryal sayfalarından ek bilgi, kaynak malzeme ya da sağlıklı yorum sağlamak için harici linkler veririz. Bunu yaparken tarafsız kaldığımızı gösterebilmeliyiz. Tartışmalı konuları ya da kamu siyasetine giren meseleleri irdeleyen BBC siteleri, normal olarak, konuyla ilgili olabildiğince farklı görüşleri temsil eden harici sitelere link vermelidir. Bakın: Bölüm 10 Siyaset ve Kamu Siyaseti.

Kamu hizmeti sağlayan bir siteden ya da ticari bir sitenin editoryal içeriğinden, asla para, hizmet ya da herhangi aynı bir ödeme karşılığında link verilmemelidir.

Bir BBC sayfasına link koymadan önce üçüncü kişilere ait web sitelerinin içeriğini kontrol etmemiz gerekir. Link verildikten sonra aynı kontroller düzenli olarak yapılmaya devam edilmelidir. Ziyaret edilmesini uygun görmediğimiz harici bir siteye link verilmemelidir. Tartışmalı içeriğe link veriyorsak, sorumluluk almadığımızı belirten ve daha fazla bilgi veren bir uyarı koymamız doğru olabilir.

Verdiğimiz linklerin haklı editoryal gerekçeleri olmalı ve kullanıcıyı aşağıdaki özelliklere sahip sitelere yönlendirmelidir:

- linkin bulunduğu BBC sayfasının içeriğiyle ilgili bir konuda olmalıdır.
- bazı durumlarda çocuk olabilecek kullanıcılara uygun olmalıdır.

- düzenli olarak güncellenmeli ve tazelenmelidir.
- normalde ücretsiz girilebilmelidir.
- normalde maddi hatalar içermemelidir.

Güncel bir haber açısından önemi olan bir kişinin ya da kuruluşun görüşlerini yansıtan harici sitelere link verebiliriz; böyle durumlarda bu sitelerde maddi hata bulunmayacağını garanti edemeyiz. Ancak üçüncü kişilere ait sitelerde yer alan mesajları, bilgileri ya da tanıtımları desteklememeliyiz.

Ticari bir siteye link verirken, ticari bir ürün ya da servisi haksız yere desteklediğimiz izlenimi vermemeliyiz.

BBC TİCARİ KANALLARI VE SERVİSLERİ

Kamu finansmanlı kanallarımızı ya da servislerimizi BBC ticari servislerini tanıtmak için kullanmamalıyız. Web siteleri, uluslararası kanallar ya da uluslararası ya da Birleşik Krallık merkezli ortak girişim kanalları gibi ticari servislere kamu finansmanlı yayınlarda yapılan tüm atıfların haklı editoryal gerekçeleri olmalıdır. Kamu finansmanlı servisler, ticari kanallara, servislere ya da programlara ait tanıtım spotlarına yer vermemelidir.

BBC PROGRAM VE SERVİSLERİYLE İLİNTİLİ TİCARİ ÜRÜNLERE DEĞİNME

BBC ve BBC için çalışan bağımsız şirketler, yayınlarımızı zenginleştirmek ve çeşitlendirmek için ticari ürünler ve hizmetler üretmekte ve tescil ettirmektedir. Ancak, yayınlarda ya da internette, herhangi bir ticari ürünün aşırı derecede reklamını yaptığımız izlenimini asla vermememiz gerekir. BBC ile ilintili ürünlere yapılacak her türlü atıf, haklı editoryal gerekçelere dayanmalı ve reklam niteliğinde olmamalıdır.

Bu alanda, Adil Ticaret Kuruluna verdiğimiz güvenceler de dâhil olmak üzere, düzenleme rejiminden ve yasalardan kaynaklanan sınırlamalar vardır. BBC dergilerinin reklamını yapmamaya özellikle dikkat etmeli ve şu kurallara uymalıyız:

- hiç bir BBC programı ya da İnternet sitesi bir BBC dergisinden satın almaya teşvik ya da reklam sayılabilecek şekilde söz etmemelidir.
- BBC dergilerinin editörleri ya da yazarlarıyla yapılan mülakatlar haklı editoryal gerekçelere dayanmalı ve bu kişilerle çok sık mülakat yapılmamalıdır.

- Basılı BBC yayınlarının sağladığı destekten yayınlarda ya da İnternette hiç bir şekilde söz edilmemelidir. Örneğin yarışmalara katılma formları BBC dergilerinde yayınlanıyorsa buna yayınlarda ya da İnternette değinmememiz gerekir.

BBC PROGRAMLARIYLA İLİNTİLİ TİCARİ ÜRÜNLER HAKKINDA TANITIM SPOTLARI

BBC ile ilintili ürünlerden programlarda reklam sayılabilecek şekilde söz etmemeliyiz;

ancak uygun programlar arasında BBC ile ilintili bazı ürünler hakkında özel hazırlanmış tanıtım spotlarına yer verebiliriz.

BBC ile ilintili kitaplar, kayıtlar, DVD, CD ve CD Romlar hakkında tanıtım spotu yayınlanabilir. Başka hiç bir ürün için tanıtım spotu üretilmez. **BBC dergileriyle ilgili tanıtım spotları, BBC radyoları, televizyonları ya da bbc.co.uk sitesinde yayınlanmamalıdır.**

Hakkında tanıtım spotu yayınlanan ürünler, BBC'nin editoryal denetimi altında bulunmalı ve hangi programla ilintiliyse, o programla bağlantılı olarak ısmarlanmış, tescil edilmiş ya da geliştirilmiş olmalıdır. Tanıtım spotu yayınlanan malzeme BBC Worldwide ya da bir dış kuruluş tarafından yayınlanmış olabilir. Programlardan sonra yayınlanan tanıtım spotları ya da anonslar basit, olgulara dayalı bilgiler vermeli, satışları teşvik olarak algılanmamalıdır.

BBC programlarıyla ilgili ticari ürünlerin tanıtım spotlarını BBC Radyolarında yayınlama önerileri Yayın Politikası Başdanışmanına danışılmalıdır.

YARIŞMA PROGRAMLARI

Yarışma programlarımızda dürüst davranmalı ve ticari baskılardan etkilendiğimiz izlenimi vermemeliyiz.

Yarışmacılara adil ve saygılı davranıldığından, armağanların uygunluğundan ve kuralların net biçimde yayınlandığından da emin olmalıyız.

Bakın: Bölüm 15 İzleyicilerimizle Etkileşim – Yarışmalar ve Armağanlar.

ÇIKAR ÇATIŞMALARI

Yayınlarda görünen ya da duyulan ve bir programın ya da servisin içeriğinden sorumlu olan herkes kendini bir çıkar çatışması içinde bulabilir. Kişisel, ticari, mesleki, mali ya da diğer çıkarların, BBC'nin editoryal ya da mali kararlarını etkilediğine dair en küçük bir kuşku bile bulunmamalıdır.

Sunucular, muhabirler, yapımcılar, editörler, araştırmacılar ve yöneticilerin tümü bundan etkilenebilir. Kişinin editoryal sorumluluk düzeyi ne kadar yüksekse, olası çıkar çatışmalarından kaçınmak o kadar önem kazanır. Yayınlardan tanınan kişilerin faaliyetleriyle ilgili özel birtakım duyarlılıklar söz konusu olabilir.

Çıkar Çatışmaları Kılavuzuna, Yayın İlkeleri web sitesinden erişilebilir. BBC için çalışanların çoğu açısından, aşağıdaki konularda tavsiyeler içeren Kılavuzda yer alan ilkelere uymak, sözleşmelerinden kaynaklanan bir yükümlülüktür:

- BBC dışındaki kuruluşlar için yazı yazmak.
- etkinliklerde konuşmacı/konuk olmak.
- medya eğitimi vermek.
- hayır kurumları ve kampanya yürüten kuruluşlarla bağlantı.
- siyasi faaliyetler.
- ağırlama ve kişisel menfaatler.
- mali ve ticari menfaatler.
- ekrandan tanınan kişiler ve ticari reklamlar.
- ekrandan tanınan kişiler ya da acentelerine ait bağımsız yapım şirketleri.

Yapım dallarında ve editoryal alanlarda görevli personel, çalışmalarını etkileyebilecek kişisel çıkarlarını ya da ilişkilerini bildirmek zorundadır. Bunların bir çıkar çatışması yaratıp yaratmadığını üstleriyle ele almalıdırlar.

Serbest çalışan sunucular, muhabirler, yapımcılar ve araştırmacılar normal olarak BBC ile çalışmalarını etkileyebilecek kişisel çıkarlarını ya da ilişkilerini sözleşmeleri gereği bildirmek zorundadır.

Mali konulardaki program ya da yayınlarda çalışanlar için özel sınırlamalar söz konusudur. Mali konuları işleyen ya da tüketicilere tavsiyelerde bulunan bir program ya da web sitesinde bir BBC çalışanı tarafından belli bir mali ürün ya da hizmetin satın alınması doğrudan doğruya tavsiye edilirse, bu tavsiyenin BBC Mali Gazetecilik Kılavuzuna uygun olarak yapılmış olması gereklidir. Yayında ya da web sitesinde bu kılavuza uyulduğu belirtilmeli ve izleyicilerimizin kılavuza nasıl ulaşabilecekleri söylenmelidir.

REKLAMLAR VE BBC MARKASI

BBC markasının başka şirketleri ya da kuruluşları destekler şekilde kullanılmamasını sağlamalıyız. Bunu,

- başka bir şirketin, BBC tarafından desteklendiği izlenimi verecek ticari reklam ya da tanıtım yapmasına izin vermeyerek, ve,
- BBC programı süsü verilmiş reklamlara göz yummayarak sağlayabiliriz.

BBC adının, logolarının, jeneriklerinin, kanal adlarının, program isimlerinin, formatlarının ya da karakterlerinin ticari reklamlarda kullanılmasına, normal olarak izin vermeyiz.

Bunun istisnaları, örneğin ticari bir BBC ürününün ortak tanıtımı, BBC Reklam ve Ortak Tanıtımlar Kılavuzu ve BBC Adil Ticaret Kılavuzu uyarınca resmen onaylanmalıdır.

SOSYAL EYLEM PROGRAMLARI

- **Önemli sosyal konularda halkı bilinçlendirmeyi amaçlayan girişimler sürecinde, kamu siyasetine giren konularda kulis faaliyeti yapmamalıyız.**
- Sosyal eylem programlarımız ya da kampanyalarımız, hükümetin yürüttüğü bir kampanya ya da kulis faaliyetiyle aynı ana denk gelirse, resmi girişimlerden uzak durmaya özen göstermeliyiz.
- Yayınlarımızda belli bir kampanyayı yürüten grupların gündemine kapılmamalı, grupları tarafsızlıkla ele almalı ve bir grubu diğerlerinden fazla kayırmamalıyız.
- BBC'nin sosyal eylem kampanyalarını duyuran haberler tarafsız olmalıdır.

Kamu hizmeti veren BBC servislerinden birinin herhangi bir biçimde bağış toplamayı öngören girişimleri için Yayın Politikası Başdanışmanına danışılmalıdır.

Bakın: Bölüm 14 Dış İlişkiler – Katma Değer Ortaklıkları.

HAYIRSEVER GİRİŞİMLERE İLİŞKİN PROGRAMLAR

Yayınlarımızda hayırseverlerin girişimlerine yer verir ve hayır kurumlarının çağrılarını duyururken tarafsızlığımızı ve bağımsızlığımızı korumalıyız. Yeri geldiğinde, hayır kurumlarının deneyimlerinden yararlanabiliriz (örneğin doğa varlıklarının korunmasını konu alan programlarda) ama onların reklamını yapmaktan kaçınmalıyız.

Piyeslerimizde bir hayır kurumunu ya da hayırsever bir girişimi desteklediğimiz izlenimi vermemeliyiz. BBC’nin bu alandaki girişimleri, örneğin “Muhtaç Çocuklar” ya da “Komik Yardım: Kırmızı Burun Günü” gibi programlar bundan istisna edilebilir. Bakın: Bölüm 14 Dış İlişkiler – Hayır Kurumları.

BBC DESTEK HİZMETLERİ

Yayınlarımızı tamamlayıcı birer unsur olarak, yardım hatları, bilgi hatları, broşürler, internet ve cep aygıtlarından ulaşılabilen bilgi paketleri gibi destek hizmetleri sunarız. Bu destek hizmetleri için geçerli editoryal ilkeler vardır:

- ücretsiz olmalı ya da maliyeti karşılığında verilmelidir, bir başka deyişle kâr amacı gütmemelidir.
- destek malzemelerini başka kuruluşlarla işbirliği yaparak ürettiğimiz durumlarda, üçüncü kişilerin yürüttüğü kampanyaları desteklediğimiz izlenimi uyanmamalıdır.
- BBC tarafından onaylanmış bir bağış çağırısı kapsamında olanlar hariç, üçüncü kişilerin bağış toplamak için ürettiği malzemeleri dağıtmamalıyız.
- yayın-dışı destek malzemeleri ya da hizmetleri için, bazen dışarıdan, örneğin hayır kurumu ya da eğitim kuruluşu gibi, çoğunlukla kâr amacı gütmeyen üçüncü kişilerden sponsorluk şeklinde finansman kabul edebiliriz. Sınırlı bazı durumlarda ticari kuruluşlardan da finansman kabul edilebilir.
- destek malzemelerimize katkıda bulunan kuruluşların adını malzeme üzerinde gösterebiliriz. Mali katkıdan başka bir şey yapmamış sponsorların adından yayında söz edilmemelidir.
- destek hizmetlerimize gelebilecek talebi karşılayabileceğimizden emin olmalıyız.

ORTAK GİRİŞİMLER

Destek hizmetlerini bir meslek örgütü, hayır kurumu ya da eğitim kuruluşu gibi **uygun bir ortakla birlikte sağlayabiliriz**. Bu gibi durumlarda ortağın adını yayınlarda vermek ve/veya destek malzemesi üzerinde belirtmek editoryal açıdan kabul edilebilir. Bakın: Bölüm 14 Dış İlişkiler – Ortaklıklar.

DESTEK HİZMETLERİ İÇİN TANITIM SPOTLARI

Ücretsiz ya da maliyeti karşılığında verdiğimiz ya da gelirini BBC tarafından düzenlenen bir kampanyaya bağış kaydettiğimiz sürece, destek hizmetleriyle ilgili tanıtım spotları yayınlatabiliriz.

YARDIM HATLARI

Zor ya da rahatsız edici konuları işleyen bir program ardından daha fazla bilgi ya da destek sağlayacak bir yardım hattı açmanın uygun olup olmayacağını düşünmemiz gerekir. Normal olarak, BBC İzleyici Hatları bölümüne danışılması doğru olacaktır.

Yardım hatları için pahalı tarifeli numaralar kullanılmamalıdır.

Tarafsız ve nesnel bilgiler sunmalı ve geniş bir yelpazede yer alan kurumları, hayır cemiyetlerini ve resmi kuruluşları **tanıtmalıyız**. Hiç bir kuruma diğerlerini gölgede bırakacak şekilde ağırlık verilmemelidir.

Başka bir kurum tarafından sağlanan bir yardım hattının sağlıklı bir hizmet sunduğundan emin olmalıyız.

Normal olarak, Samaritanlar ya da Kayıp Kişiler yardım hattı gibi uzman kuruluşlar dışındaki **başka kuruluşlar tarafından sağlanan yardım hatlarına tanıtım spotlarımızda yer vermemeliyiz.**

OTOMATİK BİLGİ HİZMETLERİ

Kayıtlı “ara ve dinle” bilgi hizmetlerimizin basit, somut bilgiye dayalı ve yayınlara doğrudan ilintili hizmetler olmasına özen **göstermeliyiz**. Arayanların hatta kalma süresi en azda tutulmalıdır. Hizmet herhangi bir ticari ürünün, perakende satıcının ya da tedarikçinin reklamını yapmak için kullanılmamalıdır.