**QUESTIONNAIRE ON THE IMPACT OF ADVERTISING AND MARKETING**

**PRACTICES ON THE ENJOYMENT OF CULTURAL RIGHTS**

1. Has your country adopted specific regulations on advertising and marketing

methods and contents aimed at protecting human rights? If so, please specify the

content of such regulation. Does the regulation apply both to off-line and on-line

advertising?

توجد تلك اللوائح في القانون رقم 1 لسنة 2012 بتنظيم و مراقبة وضع الإعلانات، و تطبق على الإعلانات الخارجية فقط. لا يشير القانون إلى عبارة" حقوق الإنسان". لكن أحكام القانون تضع شروط تهدف إلى حماية الهوية الثقافية (اللغة) و عدم الإساءة إلى كافة الأديان، و حماية الأفراد و ممتلكاتهم من الممارسات الإعلانية العشوائية.

2. Please indicate whether specific categories of the population are protected by

such regulation, such as children, women, minorities and indigenous peoples.

 لا يشير القانون على أي فئات محددة.

3. Is advertising covered by the general provisions on freedom of expression and/or

does your country differentiate between commercial speech and non-commercial

speech? Do specific regulations distinguish between advertising and other

contents, and if so, which are the criteria used to make this distinction?

إن الأداة التشريعية لحرية التعبير تتمثل في:

1- قانون المطبوعات والنشر رقم 8 لسنة 1979 الذي ينظم الأنشطة الإعلامية كالصحافة والطباعة والنشر ووسائل الإعلام، كما ينظم أعمال الرقابة عليها بالطريق الإداري.

 2-القانون رقم 1 لسنة 2012 بتنظيم و مراقبة وضع الإعلانات

إن إدارة المطبوعات التي تتبع مكتب وزير الثقافة والفنون والتراث، تختص بعدة أنشطة منها تراخيص الصحف والمطبوعات والمجلات والكتب والمطابع ودور النشر والمكتبات ومؤسسات الدعاية والإعلان والإنتاج الفني والمصنفات الفنية، و ذلك وفقاً لأحكام قانون المطبوعات والنشر رقم (8) لسنة 1979 .

 ومن ضمن مهام الإدارة بحث و دراسة و إصدار التراخيص اللازمة للمطبوعات الصحفية و المطابع و دور النشر و المكتبات و استيراد و تصدير و توزيع المطبوعات و مؤسسات الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة و التوزيع الفني و محلات بيع و توزيع المصنفات الفنية. إلى جانب متابعة و تقييم المطبوعات المحلية و المصنفات الفنية المحلية و الخارجية وفقاً للقانون.

و يتم التفريق بين الإعلانات التجارية و غير التجارية إذ ينص القانون على أنه "لا يجوز لأية مطبوعة صحفية تصدر في قطر نشر أي إعلان أو بيان من دولة أو هيئة أجنبية قبل موافقة وزير الإعلام. ويستثنى من ذلك الإعلانات التجارية التي تنشر وفقاً لتعريفة الإعلانات المعتمدة من المطبوعة الصحفية".

كما نص القانون رقم 1 لسنة 2012 بتنظيم و مراقبة وضع الإعلانات على أنه " يُحظر وضع أي إعلان أو مباشرته قبل الحصول على ترخيص بذلك من البلدية المختصة، وأداء التأمين المالي والرسم المقرر لذلك".

4. Please provide a brief summary of any important decisions relating to

advertising/ marketing/ sponsoring and human rights adopted by judicial

authorities in your country over the last ten years.

لم تتخذ السلطات القضائية في دولة قطر أي قرارات تتعلق بالإعلان و التسويق و الرعاية لحقوق الإنسان على مدى العشر سنوات الماضية، حيث لم تقام أمام القضاء أي دعوى تتعلق بالإعلان في ميدان حقوق الإنسان أو الحقوق الثقافية.

5. Which authority (governmental and/or self-regulatory body) monitors the

advertising sector? Are specific mechanisms in place to receive complaints from

citizens on advertising methods and content?

تقوم بهذا الدور لجنة الرقابة على المصنفات الفنية و تتبع إدارة المطبوعات و النشر، حيث لا يجوز ، في عرض عام، عرض أي مصنف فني قبل الحصول على تصريح بذلك من لجنة الرقابة المختصة التي إن رأت ي حذف مشهد أو فقرة من المصنف أو منعه من التداول، عرضته على مدير إدارة المطبوعات و النشر ليتخذ ما يراه لازماً وفقاً للقانون.

لا يوجد في القانون أي مانع لتلقي شكاوى المواطنين عن أساليب و محتوى الدعاية ، حيث يجوز لإدارة المطبوعات والنشر-وفقاً للقانون- القيام بزيارات مفاجئة لدور العرض السينمائية و المسرحية في مختلف أنحاء دولة قطرن للتأكد من مطابقة الأفلام و الإعلانات المعروضة لتصريح الرقابة.

 في الممارسة العملية تقوم الإدارة بهذه الزيارات إثر تلقي شكاوى من مواطنين حول بعض الإعلانات.

كما تتولى البلدية المختصة وفقا للقانون رقم 1 لسنة 2012 البت في طلب الترخيص لإعلان خارجي ، وإخطار طالب الترخيص بقرارها فيه، خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تقديمه، ويُعتبر انقضاء هذه المدة دون رد على الطلب رفضاً ضمنياً له.
ولمن رفض طلبه التظلم إلى البلدية المختصة، خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ إخطاره بالقرار، أو من تاريخ انقضاء المدة المحددة للبت في الطلب دون رد.
وتبت البلدية المختصة في التظلم، خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تقديمه، ويُعتبر انقضاء هذه المدة دون رد على التظلم رفضاً ضمنياً له، ويكون قرار البلدية المختصة بالبت في التظلم نهائيا.

|  |
| --- |
|  |

6. Has your country adopted legislation on certain advertising or marketing

practices such as neuromarketing or behavioral targeting? What challenges

have been encountered in doing so?

 لا يوجد في دولة قطر تشريعات محددة في مجال التسويق العصبي أو الاستهداف السلوكية

7. Is the use of private data for commercial purposes regulated in your country? If

so, please describe briefly such regulation.

نعم ، يتم استخدام البيانات الخاصة لأغراض تجارية، لكن لا توجد أي تشريعات أو لوائح لتنظيم هذا الاستخدام.

 و يتمثل استخدام البيانات الخاصة في الرسائل التي تريد إلى البريد الالكتروني أو الهاتف، و تلقي الاتصالات من أشخاص يعملون في مجال التسويق.

8. Does your country have regulations on marketing research standards? How is

this sector regulated in particular for marketing research involving human

beings?

الأداة التشريعية لمعايير التسويق متوفرة في:

1. قانون حماية المستهلك رقم 8 لسنة 2008 و اللوائح المفسرة للقانون، حيث يمتد نطاق حماية المستهلك ليشمل السلع والخدمات التي تُقدم بدون أجر.

2- القانون رقم 1 لسنة 2012 يتشرط لترخيص الإعلان عدة شروط، منها:

-أن تكون لغة الإعلان هي اللغة العربية، ويجوز استعمال أي لغة أخرى بجانب اللغة العربية
 ألا يتضمن الإعلان ما يسيء إلى الدين الإسلامي، أو غيره من الأديان-
 ألا يتضمن الإعلان ما يخالف النظام العام أو الآداب العامة أو العادات أو التقاليد أو الأعراف السائدة-
 -ألا يؤدي تثبيت وسيلة الإعلان إلى إلحاق أي ضرر بالمرافق العامة، أو تعريض حياة الأفراد أو الممتلكات للخطر، أو التعارض مع الطابع الجمالي للمنطقة، أو الإخلال بالمظهر العام للمدينة-
 ألا تكون العلامات التجارية والأسماء والبيانات الواردة بالإعلان، مخالفة للقانون أو الواقع أو البيانات الرسمية-
 -إذا كان الإعلان سيثبت على عقار، فيجب ألا تشكل وسيلة الإعلان خطراً على المنتفعين بالعقار، أو تلحق بهم أضراراً أو تقلق راحتهم، كما يجب ألا تعيق وسيلة الإعلان الرؤية أو تسد منافذ التهوية

PAGE 2

9. Please describe rules regulating outdoor advertising including the use of

billboards or screens in your country. Have enforcement mechanisms been

established in this respect? Please indicate whether other forms of

communication, such as public interest messages and artistic creation, can also

be displayed outdoors, including on billboards and screens, and how these are

regulated.

جاء القانون رقم 1 لسنة 2012 بتنظيم و مراقبة وضع الإعلانات ليتماشى مع أهداف رؤية قطر الوطنية 2020 و النهضة العمرانية التي تشهدها البلاد. حيث نص القانون على اعتماد اللغة العربية كلغة أساسية للإعلان و يمكن استخدام لغة أخرى، مما يعزز الحقوق الثقافية و الحفاظ على الهوية.

و يمكن عرض الرسائل الموجهة للرأي العام خارجياً في اللوحات الإعلانية و الشاشات، حيث تقوم اللجنة الوطنية لحقوق الإنسان على مدار العام بوضع رسائل حول حقوق الإنسان في الأماكن العامة كالشوارع و مراكز التسوق و مبنى المطار و غيرها تتوجه من خلالها بالتوعية و التثقيف بحقوق الإنسان بشكل عام، أو تتوجه لفئات محددة كالطفل و المرأة و بخاصة العمال.

 و من أفضل الممارسات التي تمت في هذا المجال حملة قامت بها اللجنة الوطنية لحقوق الإنسان حملة حول المنع و الحماية من العنف ضد الطفل و المرأة، و حملة حول لحقوق العمال.

10. Does national legislation regulate advertising, sponsoring and commercial

practices in public and private schools (including on school buses and within the

school’s immediate surroundings)? Do companies engaging in sponsorship of

schools enjoy a tax deduction?

لا توجد في دولة قطر ممارسات تتعلق بوضع الإعلانات التجارية في المدارس حيث يتعارض ذلك مع المادة 6 من القانون رقم 1 لسنة 2012 التي تنص أن أنه يشترط لترخيص الإعلان أن لا يتعارض مع الغرض من المؤسسة.

على الصعيد العملي لا يوجد في المدارس إعلانات تجارية، حيث تقوم بدور الرعاية و الدعم للمدارس المؤسسات الثقافية و الرياضية لأغراض غير ربحية.

11. Does national legislation regulate advertising in Universities as well as

cooperation between research institutes / universities and business, in particular

regarding research sponsorship?

لا يوجد تشريع ينظم الإعلان في الجامعة. يتطلب وضع الإعلان الحصول على موافقة مجلس الجامعة الذي يرسم السياسات العامة و يعتمد القرارات.

على الصعيد العملي لدى جامعة قطر علاقات وطيدة مع المؤسسات و الصناعات المحلية، و هي علاقات يستفيد منها الطلاب و الخريجون بشكل كبير حيث يكتسبون الخبرة المحلية من خلال الأبحاث و التدريب العملي و يحصلون خلالها على فرص عمل أوسع و يستفيدون من الدعم الذي تقدمه هذه الجهات للجامعة من كراسي أو منح أو تمويل لبحوث ، و في العام 2003 تبنت الجامعة مشروع تطوير شاركت به جامعة كارينجي ميلون و مؤسسة راند و شركة برايس و وتر هاوس كوبرز.

12. Are there specific measures such as inter alia, tax incentives to encourage

private sponsorship of artistic creation? Please provide a brief description of

these measures. Is the private sponsorship for cultural institutions receiving

public funding regulated and if so please provide details. Do such regulations

also apply to monuments and national heritage buildings?

|  |
| --- |
|  وفقاً للقانون رقم 1 لسنة 2012 بتنظيم الإعلانات تعفى من شرط أداء التأمين والرسوم المقررة الإعلانات التالية: -الإعلانات التي تضعها أو تباشرها الهيئات والمؤسسات الدينية والخيرية والصحية والاجتماعية والثقافية، متى كانت متعلقة بأغراضها-الإعلانات والتركيبات التي تضعها أو تباشرها الجهات الحكومية في المناسبات العامة، كالأعياد الدينية والوطنية والمهرجانات الرياضية والثقافية والاجتماعية وغيرهاإعلانات المناسبات الاجتماعية-ويجوز للوزير، وفقاً لمقتضيات المصلحة العامة، وبناء على اقتراح البلدية المختصة، إعفاء أنواع أخرى من الإعلانات غير التجارية |
|  |
|  |

لا تسري أحكام هذا القانون على الإعلانات التي تتم في الصحف.

ملاحظة: مرفق بهذا الملف بعض الصور من الحملات الدعائية و الإعلانات قامت بها اللجنة الوطنية لحقوق الإنسان في دولة قطر بهدف حماية و تعزيز حقوق الإنسان.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |
| • |
|  |
|  |
| • |  |
|  |  |
|  |
| • |  |
|  |  |