



Ref: 2/3/32- 43

Date: 12 February 2014

The Permanent Mission of the United Arab Emirates to the United Nations Office and Other International Organizations in Geneva presents its compliments to the Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights and with reference to its letter dated 25 September 2013, concerning its questionnaire on 'The Impact of advertising and marketing practices on the enjoyment of cultural rights', has the honour to forward the inputs of the National Media Council in response to the request of Ms Farida Shaheed, Special Rapporteur in the field of cultural rights.

The Permanent Mission of the United Arab Emirates to the United Nations Office and Other International Organizations in Geneva avails itself of this opportunity to renew to the Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights the assurances of its highest consideration.



OHCHR REGISTRY

14 FEB 2014

Special Rapporteur in the field of cultural rights
c/o OHCHR-UNOG
CH-1211 Geneva 10
Fax: (+41-22) 917 90 06
E-mail: srculturalrights@ohchr.org

Recipients :..... *SPD*

.....

.....

.....



المجلس الوطني للإعلام
NATIONAL MEDIA COUNCIL

١٤/١٦ / ٣٠٠٤
2014/2/2م

سعادة مدير ادارة حقوق الانسان المحترم
مدير ادارة الشؤون الإعلامية والاتصال الحكومي
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع : استبيان حول أثر الممارسات الدعائية والتسويقية على التمتع بالحقوق الثقافية .

يهديكم المجلس الوطني للإعلام أطيب التحيات وبالإشارة إلى كتابكم رقم و ق د/ح
ن/72/2/3/32 بتاريخ 26 ديسمبر 2013 بشأن الاستبيان الوارد من مكتب المفوضية
السامية لحقوق الانسان بشأن اعداد تقرير في مجال الحقوق الثقافية
يسرنا ان نرفق لكم مذكرة المجلس بشأن ما يتعلق بالاعلانات في وسائل الاعلام ، مشيرين هنا
الى ان الاستبيان قد تضمن اسئلة تدخل ضمن اختصاص جهات اخرى.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،،،

إبراهيم العابد
مدير عام المجلس الوطني للإعلام



United Arab Emirates

المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

مذكرة بشأن محتوى الاعلانات في وسائل الاعلام

أولا الأهداف والغايات:

حرصا من المجلس الوطني للإعلام على تحديد المبادئ العامة والأطر والمعايير التي تحكم الإعلانات ومتابعة تطبيقها وفقا للقوانين والأنظمة والتعليمات التي تصدر بهذا الشأن، وبما يتفق مع السياسة العامة للدولة وإستراتيجية الحكومة الاتحادية، وتأكيداً لاحترام القيم الدينية والثقافية والاجتماعية المحلية السائدة في الدولة. وتعزيزاً لحرية التعبير والتفاعل البناء في الإعلام وتطوير قطاع الإعلان كصناعة مهمة تسهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية في الدولة ولتوفير محتوى إعلاني متوازن ومسؤول ونزيه، يحترم خصوصية الأفراد، ويحمي فئات المجتمع المختلفة من التأثيرات الضارة المحتملة فقد اخذ المجلس الوطني للإعلام على عاتقه التنسيق مع المؤسسات الإعلامية والمناطق الإعلامية الحرة ووسائل الإعلام المختلفة بالدولة للوقوف على مقترحاتها ومرئياتها بشأن معايير ومحتوى الإعلانات، وقد أسهمت هذه المؤسسات بتقديم مقترحاتها وأرائها التي تم تضمينها في اللائحة. وبعد الاطلاع على احداث المعايير العالمية المعمول بها في هذا الشأن فقد اصدر المجلس الوطني للإعلام لائحة معايير محتوى الإعلانات في وسائل الإعلام رقم 35 لسنة 2012 بتاريخ 2012/12/19م.

ثانياً معايير يجب مراعاتها:

نصت المادة (4) من لائحة معايير محتوى الإعلانات في وسائل الإعلام على المعايير التي يجب على وسائل الإعلام الالتزام بها فيما يتعلق بالإعلانات التي تبث وتنتشر من خلالها، والتي يعتبر بموجبها الإعلان الذي لا يلتزم بهذه المعايير إعلاناً مخالفاً، وهذه المعايير هي:



United Arab Emirates

المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

1. عدم الإساءة للذات الإلهية والمعتقدات الإسلامية واحترام الأديان السماوية الأخرى.
2. احترام نظام الحكم في دولة الإمارات العربية المتحدة ورموزه ومؤسساته السياسية.
3. احترام الموروث الثقافي والحضاري لدولة الإمارات.
4. عدم الإساءة للوحدة الوطنية والتماسك الاجتماعي وعدم إثارة النعرات المذهبية والطائفية والقبلية.
5. احترام التوجهات والسياسات التي تتبعها دولة الإمارات العربية على المستوى الداخلي وعلى مستوى علاقاتها مع الدول الأخرى.
6. عدم الإساءة للنظام الاقتصادي في الدولة وعدم نشر الشائعات والأخبار المغرضة و المضللة.
7. احترام توجهات الدولة لتعزيز هويتها الوطنية.
8. احترام المبادئ والمواثيق الأخلاقية في العمل الإعلامي.
9. عدم نشر وبث المعلومات التي تسيء للأطفال والنساء واية فئات اجتماعية أخرى وتحرض على الكراهية والعنف.
10. عدم نشر صور او كلمات مخلة بالاداب العامة.
11. لا يسمح بالاعلان عن اعمال السحر والشعوذة واعمال التتجيم.
12. مراعاة الشروط والضوابط الخاصة بعلم الدولة وشعارها ونشيدها الوطني.
13. احترام حقوق الملكية الفكرية.
14. الالتزام بقواعد السلوك الاخلاقي ومعايير الصدق والامانة بما فيها الالتزام بالقواعد التي تحكم العمل التجاري وخاصة ما يتعلق بضوابط حماية المستهلك والتنافسية العادلة وحظر الغش التجاري والاحتكار غير القانوني.



المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

15. لا يسمح بالإعلان عن المشروبات الكحولية أو المواد المخدرة المحظورة بأي صورة من الصور سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة
16. لا يسمح بالإعلان عن التبغ والتدخين بجميع أصنافه وطرق تعاطيه. وإية خدمات او منتجات اخرى يحظر الاعلان عنها.
17. الالتزام بضوابط الاعلانات الصحية الواردة بقرار مجلس الوزراء رقم 4 لسنة 2007 بشأن الاعلانات الصحية.

ثالثا شروط الاعلانات:

انصت المادة (5) من اللائحة على الشروط يجب مراعاتها في الإعلان وبالتالي فإن الإعلان الذي لا يلتزم بهذه الشروط يعتبر كذلك إعلانا مخالفا وهذه الشروط هي:

1. يجب الا يكون الإعلان مبهما أو غامضا او ليس له دلالة واضحة.
2. الا يتضمن أو يحتوي على ادعاءات غير صحيحة أو مضللة او يعتمد الى التهويل وإدعاء التفرد وتحقير المنافس وكل ما ينضوي على شبهة الغش والتضليل.
3. يجب الا يتضمن الاعلان علامات أو اشارات أو صور مزورة أو مقلدة أو موضوعه بغير حق.
4. ان يكون حقيقيا وغير مبالغ فيه والا يؤدي الى خلق لبس أو خلط بابة طريقة كانت مع اسماء أو منتجات أو أنشطة اخرى.
5. ان تكون اللغة المستخدمة في الاعلان هي اللغة العربية الفصحى أو اللهجة الاماراتية المحلية.
6. الحصول على الموافقة المسبقة من الجهات المختصة في كل ما يتعلق بالإعلانات المتخصصة كتلك المتعلقة بالطب والأدوية وتلك المتعلقة بالأغذية أو التجارية والمتعلقة بحملات الترويج



United Arab Emirates

المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

والعروض الخاصة والمتعلقة بالعقارات والجامعات والمعاهد التعليمية ودور الحضارة وكل ماشابه ذلك.

7. يجب تحديد هوية الإعلانات بوضوح وأن تظهر مميزة ومستقلة عن المواد التحريرية والإعلامية الأخرى ووضع حدود تفصل الإعلان عن أي مادة أخرى وفواصل زمنية في حالات البث الإذاعي والتلفزيوني .

رابعا مسؤولية متابعة تطبيق اللائحة:

1. تضمنت اللائحة نصا بموجبه تتولى إدارة متابعة المحتوى الإعلامي بالمجلس التأكد من ضمان التزام المؤسسات الإعلامية بالمعايير المشار إليها
2. تضمنت اللائحة نصا يعهد لكل مؤسسة ووسيلة إعلامية ان تتولى بنفسها متابعة بنودها وما تضمنته من قيم ومبادئ تستهدف تنظيم الاعلانات والابتعاد بها عن أي سلبيات ، كما اناطت اللائحة بهذه المؤسسات التعامل بشكل ايجابي وسريع مع ما يردها من ملاحظات او شكاوى خاصة تلك التي قد ترد من الجمهور باعتباره المستهدف الاساسي او من أي جهة اخرى.

خامسا التدابير تتمثل في الاتي:

مع عدم الإخلال بأية إجراءات منصوص عليها في القوانين السارية ، يحق للمجلس اتخاذ أي من الإجراءات التالية في حال ثبوت المخالفة :

1. الإنذار.
2. وقف الإعلان والاعتذار.
3. إزالة الضرر الناشئ عن المخالفة.



United Arab Emirates

المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

4. طلب إغلاق المنشأة أو المحل.
5. وقف التراخيص للوسيلة الإعلامية للمدة التي يراها المجلس.
6. إلغاء الترخيص الممنوح للوسيلة الإعلامية.

➤ أصدر مجلس الوزراء عام 2007 قراراً يتعلق بتنظيم محتوى الإعلانات الصحية لتنظيم سوق الإعلانات الطبية في الدولة ووضع حد لعملية التضليل والتهويل التي يلجأ إليها بعض المعلنين، على أن تتولى وزارة الصحة فقط ترخيص وتحصيل رسوم استخراج كافة أنواع الإعلانات المطبوعة والمذاعة والمسموعة وغيرها. وينص القرار على أنه لا يجوز لأي شخص طبيعي أو اعتباري الإعلان أو الترويج لبيع المنتجات ذات العلاقة بـ أو من المحتمل أن يجعل أي شخص آخر يعتقد بان مثل ذلك الإعلان أو الترويج ذو علاقة بأي منتج طبي دون ترخيص مسبق من وزارة الصحة. ويتعين على السلطات المحلية بالدولة عدم منح أي ترخيص بذلك. كما يحظر القرار الصيغ المبالغية والتهويل مثل ألفاظ «الوحيد . الفريد . لا مثيل . أجود المنتجات . احذروا التقليد . وغيرها، وأن لا يتسبب نص الإعلان في التفرير بالأشخاص مثل الكمية محدودة جداً . سارعوا باقتناص الفرصة وغير ذلك من العبارات، وأن لا يسبب الإعلان خدش الحياء، وأن لا يتضمن أموراً غير حقيقية تخدع الرأي العام وان يكون مضمون الإعلان حقيقياً غير خادع لمن يقرأه ولا يحتمل التفسير أو التأويل.

➤ يعد المجلس الوطني للإعلام ووزارة الصحة أبرز الجهات المختصة في كل ما يتعلق بالإعلانات بعامة والإعلانات الصحية بخاصة. ويقوم المجلس الوطني للإعلام من خلال إدارة متابعة المحتوى الإعلامي برصد التجاوزات في الإعلانات المطبوعة والسمعية والبصرية ومتابعة إجراءات التعامل معها من النواحي المهنية والقانونية. وتقوم وزارة الصحة أيضاً بمتابعة الإعلانات المتعلقة بالمنتجات والخدمات الصحية وتتلقي الشكاوى من الجمهور وتقوم بمتابعتها مع الجهات المعلنة واتخاذ الإجراءات المناسبة لتصويب أوضاعها.



United Arab Emirates

المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

➤ ينص القانون الاتحادي رقم (40) لعام 1992 بشأن حماية المصنفات الفكرية وحقوق المؤلف على عدم جواز استخدام المصنفات الفكرية بكافة أنواعها في أعمال تجارية دون موافقة من المؤلف، كما ينص القانون الاتحادي رقم (5) لعام 2012 والخاص بمكافحة جرائم تكنولوجيا المعلومات على توفير الحماية القانونية لخصوصية ما يتم نشره وتداوله على الشبكة المعلوماتية من معلومات وبيانات وأرقام تتعلق بالبطاقات الائتمانية وبيانات الحسابات المصرفية أو أية وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني...

➤ تعمل عشرات شركات أبحاث التسويق في دولة الإمارات حيث تتولى إجراء البحوث المتعلقة بواقع السوق في قطاعات محددة وتقوم بجمع البيانات حولها وتحليلها وتقديمها للشركات العملية من أجل توظيفها في تطوير خططها واستراتيجياتها التسويقية. ولا تتوافر حالياً آليات دقيقة لمتابعة منهجيات جمع البيانات التسويقية وكيفية تحليلها ونوعية العينات وطريقة اختيارها في السوق، وهناك حاجة ماسة لوضع معايير صارمة للتحقق من سلامة إجراءات البحوث التسويقية ونزاهتها.

➤ تخضع الإعلانات الخارجية في الشوارع والأماكن العامة في دولة الإمارات لنظم وقواعد محلية عادة ما تشرف عليها البلديات ودوائر التنمية الاقتصادية. وفي أبوظبي، قامت بلدية أبوظبي مؤخراً باختيار شركة الدلويز للاستشارات الإدارية لعمل دراسة شاملة ووضع النظم والأسس للإعلان الخارجي وما يتعلق بجوانب السلامة المرورية واللوحات الإعلانية والإنشاءات الهندسية، والإعلانات المبتكرة والعملية التشغيلية وإدارة الجودة بناء على المعايير الدولية. ويساعد النظم الجديد على مواكبة التطور السريع في تقنيات الإعلان الخارجي في العالم، كما يعمل على وضع أسس ثابتة لحماية مظهر مدينة أبوظبي فيما يخص الإعلان الخارجي. وفي دبي، أصدرت هيئة الطرق والمواصلات وبلدية دبي أول دليل لتنظيم عرض الإعلانات في الأماكن العامة حيث يهدف القانون إلى التسهيل على العملاء الخارجيين من حيث تصنيف جميع أنواع الإعلانات الخارجية حسب نوع الإعلان وموقعة وتوصيل المعلومة لمستخدم الدليل من خلال تعزيز الدليل بالصور والمقاييس والأبعاد، والارتقاء بصناعة الإعلان الخارجي في الإمارة من خلال تحديث وتنظيم المواصفات والأبعاد والمقاييس الخاصة بأنواع الإعلانات الخارجية و استخدام الطاقة البديلة. وفي الشارقة تعمل

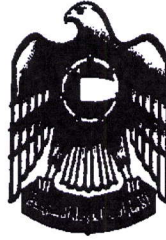


United Arab Emirates

المجلس الوطني للإعلام NATIONAL MEDIA COUNCIL

بلدية الشارقة على تنظيم وضع اللافتات والبنارات في الشوارع بما يضمن المحافظة على الشكل الحضاري والجمالي للمدينة وبما يحقق الفائدة للمستثمرين ويحافظ على الرؤية البصرية الجميلة للزوار والمقيمين.

UNITED ARAB EMIRATES
National Media Council



دولة الإمارات العربية المتحدة
المجلس الوطني للإعلام

قرار رئيس المجلس رقم (35) لسنة 1434هـ/2012م
بشأن معايير محتوى الاعلانات في وسائل الاعلام

رئيس المجلس الوطني للإعلام،،،

بعد الإطلاع على القانون الاتحادي رقم (1) لسنة 1972 وتعديلاته، في شأن اختصاصات السوزارات
وصلاحيات الوزراء،

وعلى القانون الاتحادي رقم (49) لسنة 1979 في شأن قمع الغش والتدليس في المعاملات التجارية ولائحته
التنفيذية والقرارات المنفذة له،

وعلى القانون الاتحادي رقم (15) لسنة 1980، في شأن المطبوعات والنشر والقرارات الوزارية المنفذة له،

وعلى قرار مجلس الوزراء رقم (14) لسنة 1999، في شأن رسوم التراخيص الإعلامية ذات الطابع التجاري،

وعلى قرار مجلس الوزراء رقم (14) لسنة 2006 وتعديلاته، في شأن نظام المجلس الوطني للإعلام،

وعلى قرار مجلس الوزراء رقم 4 لسنة 2007 بشأن الاعلانات الصحية،

وعلى قرار مجلس الوزراء رقم (13 / 70) لسنة 2007، بشأن تنظيم ممارسة بعض المناطق الحرة للتراخيص

الإعلامية،

وعلى قرار مجلس الوزراء رقم (13) لسنة 2011، في شأن تراخيص أنشطة الخدمة الإذاعية والتلفزيونية

والقرارات المنفذة له،

وعلى قرار مجلس الوزراء رقم (34) لسنة 2012، في شأن الهيكل التنظيمي للمجلس الوطني للإعلام،

وعلى قرار رئيس المجلس رقم (20) لسنة 2010، بشأن معايير المحتوى الاعلامي،

تقرر ما يأتي :-

المادة (1)

نطاق سريان القرار

1. تسري هذه اللائحة على جميع الاعلانات التي تنتج او تبث او توزع في الدولة والتي ترد من الخارج (كما في

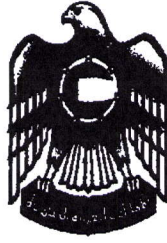
ذلك للمناطق الحرة).

2. تحدد هذه اللائحة معايير وضوابط محتوى الاعلانات التي تنشر في وسائل الاعلام المختلفة المرئية والمسموعة

والمقرؤة وذلك وفقا لما ورد في قانون المطبوعات والنشر والقوانين والأنظمة المعمول بها في الدولة.



UNITED ARAB EMIRATES
National Media Council



دولة الإمارات العربية المتحدة
الهيئة الوطنية للإعلام

المادة (2)

الاهداف

- تهدف لائحة معايير محتوى الاعلانات المنظم وفق أحكام هذا القرار إلى ما يلي:
1. تحديد المبادئ العامة والأطر والمعايير التي تحكم الاعلانات ومتابعة تطبيقها وفقاً للقوانين والأنظمة والتعليمات التي تصدر بهذا الشأن، وبما يتفق مع السياسة العامة للدولة وإستراتيجية الحكومة الاتحادية.
 2. تأكيد احترام القيم الدينية والثقافية والاجتماعية المحلية السائدة في الدولة.
 3. تعزيز حرية التعبير والتفاعل البناء في الاعلام.
 4. تطوير قطاع الاعلان كصناعة مهمة تسهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية في الدولة.
 5. توفير محتوى إعلاني متوازن ومسؤول ونزيه، يحترم خصوصية الأفراد، ويحمي فئات المجتمع المختلفة من التأثيرات الضارة المحتملة.

المادة (3)

المعايير

على جميع مؤسسات ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة في الدولة بما في ذلك المناطق الحرة الالتزام بالمعايير الخاصة بالمحتوى الإعلاني، وفقاً لما ورد في القانون الاتحادي رقم 15 لسنة 1980 في شأن المطبوعات والنشر والقوانين والأنظمة الأخرى السارية.

المادة (4)

مع عدم الإخلال بما ورد في المادة السابقة، على مؤسسات ووسائل الإعلام الالتزام بالمعايير التالية بشكل خاص فيما يتعلق بالاعلانات التي تبث وتنتشر من خلالها :

1. عدم الإساءة للذات الإلهية والمعتقدات الإسلامية واحترام الأديان السماوية الأخرى.
2. احترام نظام الحكم في دولة الإمارات العربية المتحدة ورموزه ومؤسساته السياسية.
3. احترام الموروث الثقافي والحضاري لدولة الإمارات.
4. عدم الإساءة للوحدة الوطنية والتماسك الاجتماعي وعدم إثارة النزعات المذهبية والطائفية والتقبلية.
5. احترام التوجهات والسياسات التي تتبعها دولة الإمارات العربية على المستوى الداخلي وعلى مستوى علاقاتها مع الدول الأخرى.
6. عدم الإساءة للنظام الاقتصادي في الدولة وعدم نشر الشائعات والأخبار المغرضة والمضللة.



UNITED ARAB EMIRATES
National Media Council



دولة الإمارات العربية المتحدة
المجلس الوطني للإعلام

7. احترام توجهات الدولة لتعزيز هويتها الوطنية.
8. احترام المبادئ والمواثيق الأخلاقية في العمل الإعلامي.
9. عدم نشر ربت المعلومات التي تسيء للأطفال والنساء واية فئات اجتماعية أخرى وتحرض على الكراهية والعنف.
10. عدم نشر صور او كلمات مخلة بالاداب العامة.
11. لا يسمح بالاعلان عن اعمال السحر والشعوذة واعمال التنجيم.
12. مراعاة الشروط والضوابط الخاصة بعلم الدولة وشعارها ونشيدها الوطني.
13. احترام حقوق الملكية الفكرية.
14. الالتزام بقواعد السلوك الاخلاقي ومعايير الصدق والامانة بما فيها الالتزام بالتواعد التي تحكم العمل التجاري وخاصة ما يتعلق بضوابط حماية المستهلك والتنافسية العادلة وحظر الغش التجاري والاحتكار غير القانوني.
15. لا يسمح بالإعلان عن المشروبات الكحولية أو المواد المخدرة المحظورة بأي صورة من الصور سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة
16. لا يسمح بالإعلان عن التبغ والتدخين بجميع أصنافه وطرق تعاطيه. واية خدمات او منتجات اخرى يحظر الاعلان عنها.
17. الالتزام بضوابط الاعلانات الصحية الواردة بقرار مجلس الوزراء رقم 4 لسنة 2007 بشأن الاعلانات الصحية.

المادة (5)

الشروط

- شروط يجب مراعاتها في الاعلان:

1. يجب الا يكون الاعلان مبهما أو غامضا او ليس له دلالة واضحة.
2. الا يتضمن أو يحتوي على ادعاءات غير صحيحة أو مضللة او يعمد الى التهويل وإدعاء التفرد وتحقير المنافس وكل ما ينضوي على شبهة الغش والتضليل.
3. يجب الا يتضمن الاعلان علامات أو اشارات أو صور مزورة أو مقلدة أو موضوعه بغير حق.



UNITED ARAB EMIRATES
National Media Council



دولة الإمارات العربية المتحدة
مجلس الوطني للإعلام

4. ان يكون حقيقيا وغير مبالغ فيه والا يؤدي الى خلق لبس أو خلط بآية طريقة كانت مع أسماء أو منتجات أو أنشطة أخرى.
5. ان تكون اللغة المستخدمة في الاعلان هي اللغة العربية الفصحى أو اللهجة الاماراتية المحلية.
6. الحصول على الموافقة المسبقة من الجهات المختصة في كل ما يتعلق بالإعلانات المتخصصة كذلك المتعلقة بالطب والأدوية وتلك المتعلقة بالأغذية أو التجارية والمتعلقة بمجلات الترويج والعروض الخاصة والمتعلقة بالعقارات والجامعات والمعاهد التعليمية ودور الحضارة وكل ماشابه ذلك.
7. يجب تحديد هوية الإعلانات بوضوح وأن تظهر بميزة ومستقلة عن المواد التحريرية والإعلامية الأخرى ووضع حدود تفصل الإعلان عن أي مادة أخرى وفواصل زمنية في حالات البث الإذاعي والتلفزيوني .
- يتحمل المعلن والمنتج ووسيلة النشر المسؤولية القانونية وما يترتب عليها بالوفاء بكل الإدعاءات المتعلقة بالوعود والضمانات والتعهدات والتعويضات الواردة في الإعلان.

المادة (6)

تتولى كل مؤسسة ووسيلة إعلامية على حده ما يأتي:

- التأكد من احترام المعايير المشار إليها أعلاه.

1. الاحتفاظ بتسجيل وأرشيف يتضمن جميع المواد والأعداد الإعلانية التي تم إنتاجها أو طباعتها أو توزيعها أو بثها خلال ثلاثة اشهر متتالية، والسماح للمجلس بالإطلاع على ذلك الأرشيف في أي وقت يطلبه.
2. توفير ردود سريعة وعاجلة لكل ما يردها من المجلس بشأن أية ملاحظات أو شكاوى ترد من الجمهور أو أية جهة أخرى.

المادة (7)

- مع عدم الإخلال بأية عقوبات أو إجراءات منصوص عليها في القوانين السارية ، يحق للمجلس اتخاذ أي من الإجراءات التالية في حال المخالفة :

1. الإنذار.
2. وقف الاعلان والاعتذار.
3. إزالة الضرر الناشئ عن المخالفة.
4. طلب اخلاقي المنشأة أو المحل.



UNITED ARAB EMIRATES
National Media Council



دولة الإمارات العربية المتحدة
المجلس الوطني للإعلام

5. وقف التراخيص للوسيلة الإعلامية للمدة التي يراها المجلس.
6. إلغاء التراخيص الممنوح للوسيلة الإعلامية.
- يتولى المجلس التنسيق مع إدارات المناطق الحرة لاستيفاء المطلوب وتنفيذ أي من الإجراءات المنصوص عليها في هذه المادة.

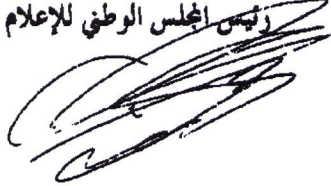
المادة (8)

تتولى إدارة متابعة المحتوى الإعلامي بالمجلس التأكد من ضمان التزام المؤسسات الإعلامية بالمعايير المشار إليها.

المادة (9)

تسري أحكام هذا القرار اعتباراً من تاريخ إصداره، وينشر في الجريدة الرسمية .

عبدالله بن زايد آل نهيان
رئيس المجلس الوطني للإعلام




صدر بتاريخ : 2/6 /1434 هـ
الموافق : 12/19 /2012 م