مصوبه «سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی»

(مصوب جلسه 198 مورخ 27/11/1388 شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی)

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ـ شورای فرهنگ عمومی

شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه 198 مورخ 27/11/1388 براساس تفویض جلسه 638 شورای عالی انقلاب فرهنگی، مصوبه سیاستها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی را به شرح ذیل تصویب نمود:

مقدمه

به منظور ساماندهی و بهینه سازی جریان اطلاع رسانی، حفظ و تقویت ارزش‌های اسلامی، ملی و انقلابی و همچنین رونق اقتصادی و حمایت از تولیدات داخلی و تشویق به صرفه‌جویی و رعایت الگوی مصرف صحیح از طریق تبلیغات محیطی، شورای عالی انقلاب فرهنگی سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی (شامل تابلوهای تبلیغاتی، بنرها، عرشه ‌پل‌ها، ایستگاهها و ناوگان حمل و نقل شهری مانند اتوبوس و مترو ، فرودگاهها، تابلو سردرمغازه‌ها و اماکن تجاری و مانند آن) و نیز سازماندهی اجرایی آن را به شرح زیر تصویب می‌نماید:

الف ـ سیاست‌ها:

1ـ تبلیغات نباید باعث تبلیغ فرهنگ، اخلاق و رفتار غیراسلامی و بکارگیری شیوه‌ها، الگوها و مظاهر مبتذل بیگانه گردد.

2ـ تبلیغات نباید با موازین شرعی و قوانین کشور مغایرت داشته باشد.

3ـ تبلیغات کالاهای خارجی نباید به نحوی باشد که موجب سلب اعتماد جامعه از تولیدات داخلی شود.

4ـ تبلیغات نباید وحدت ملی را مخدوش ساخته یا موجب تحقیر و یا توهین به مذاهب، اقوام و یا اقشاری از جامعه گردد.

5 ـ درفضاهای تبلیغاتی نباید تبلیغات بازرگانی برتبلیغات فرهنگی غالب باشد.

6 ـ بخشی از فضاهای تبلیغات شهری و برون‌شهری باید به تبلیغات تأثیرگذار فرهنگی اختصاص یابد.

7ـ تبلیغات در فضاهای عمومی نباید منظر شهری، چشم‌اندازهای طبیعی، زیبایی‌های زیست محیطی و نهادهای مقدس و مورد احترام جامعه را تحت الشعاع قرار دهد.

ب ـ ضوابط‌:

1ـ در تبلیغات باید از ادعاهای کذب و گمراه‌کننده و غیرقابل اثبات پرهیز گردد.

2ـ تبلیغات باید به خط و نشانه ها و زبان فارسی باشد.

تبصره1ـ نوشتن واژه‌های فارسی با املای نادرست مجاز نیست.

تبصره2ـ استـفاده از علائم صنعتی و عـلائم و نامهای کالای سـاخت خـارج در تبلیغات در صورتی بلامانع است که حروف فارسی به صورت مشهودی بر حروف بیگانه غلبه داشته باشد.

3ـ تبلیغات نباید رفتارهای مخرب محیط زیست و کالاهای غیرمجاز را ترویج نماید.

4ـ تبلیغات ضمن آگاهی دادن نسبت به کالای مورد تبلیغ، نباید خدمات و یا کالاهای دیگران را بی ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دهد.

5 ـ استفاده از جذابیت‌های جنسی در تبلیغات ممنوع است.

6 ـ استفاده نامناسب و موهن از پیشوایان و شعارها و نمادهای مذهبی و نیز مقامات سیاسی کشور در تبلیغات ممنوع است.

7ـ تبلیغات باید از تشویق به تجمل و اسراف پرهیز نماید و به جای تحریص به مصرف، معطوف به معرفی خصوصیات درست کالا باشد.

8 ـ تبلیغات نباید باعث ناهنجاری صوتی و تصویری و آشفتگی ذهنی و روانی گردد.

9ـ تبلیغات بازرگانی در محیط‌های آموزشی، پژوهشی، تربیتی و مذهبی و همچنین فضاهای مخصوص کودکان ممنوع می باشد.

10ـ تبلیغات نوشتاری، تصویری و تجسمی با ابعاد و اندازه غیرمتعارف ممنوع است.

تبصره ـ مصادیق غیرمتعارف بودن ابعاد و اندازه تبلیغات را کارگروه موضوع قسمت (ج) این مصوبه تعیین می‌نماید.

11ـ تبلیغات نباید بگونه‌ای باشد که موجب تضعیف خودباوری و اعتماد ملی و نیز تحقیر شخصیت مردمی شود که فاقد استطاعت برای خرید کالای مورد نظر هستند.

ج ـ سازماندهی و نظارت

به منظور نظارت دائمی بر حسن اجرای سیاست‌ها و ضوابط موضوع این مصوبه و همچنین تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرائی و مقررات نحوه تشکیل و ترکیب اعضاء و شرح وظایف کمیته‌های استانی، کارگروهی زیر نظر شورای فرهنگ عمومی و مرکب از اعضای ذیل تشکیل می‌گردد:

1ـ دبیر شورای فرهنگ عمومی (رئیس کارگروه)

2ـ مدیر کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

3ـ مدیر کل ذیربط وزارت بازرگانی

4ـ نماینده سازمان تبلیغات اسلامی

5 ـ نماینده سازمان صدا و سیما

6 ـ نماینده نیروی انتظامی

7ـ نماینده وزارت مسکن و شهرسازی

8 ـ رئیس سازمان زیباسازی شهرداری تهران

9ـ رئیس سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

10ـ رئیس کمیسیون فرهنگی ، اجتماعی و زیست شهری شورای اسلامی شهر تهران

11ـ دو صاحبنظر در حوزه تبلیغات و ارتباطات (ترجیحاً عضو هیأت علمی) به انتخاب شورای فرهنگ عمومی

12ـ نماینده وزارت راه و ترابری

13ـ نماینده فرهنگستان زبان و ادب فارسی

14ـ نماینده اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران

15ـ نماینده مؤسسات و شرکت‌های تبلیغاتی با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تبصره1ـ در مواردی که موضوعی مرتبط و متناسب با مأموریتهای سایر دستگاه‌ها در دست بررسی می‌باشد به تشخیص کارگروه، نماینده دستگاه ذیربط با حق رأی برای شرکت در جلسات دعوت می‌شود.

تبصره2ـ کارگروه فوق آیین‌نامه‌های پیشنهادی خود را برای تصویب به شورای فرهنگ عمومی ارائه می‌نماید و شورای فرهنگ عمومی موظف است ظرف مدت 3 ماه از تاریخ ابلاغ سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی، دستورالعمل‌های اجرایی مورد نیاز را تصویب و ابلاغ نماید.

د ـ نظارت و پی‌گیری

شورای فرهنگ عمومی موظف است ضمن تنظیم ساز و کار نظارت بر اجرای این ضوابط و دستورالعمل‌های اجرایی آن، سالیانه گزارشی از اجرای این مصوبه را به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه نماید.

این مصوبه مشتمل بر یک مقدمه و چهار بخش بنا به تفویض جلسه 638 شورای عالی انقلاب فرهنگی، در جلسه 198 مورخ 27/11/1388 شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.