

مصوبه « سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی »
(مصوب جلسه ۱۹۸ مورخ ۱۳۸۸ / ۱۱ / ۲۷ شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی)
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - شورای فرهنگ عمومی
مصوب ۱۳۸۸،۱۱،۲۷



شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه ۱۹۸ مورخ ۱۳۸۸ / ۱۱ / ۲۷ براساس تفویض جلسه ۶۳۸ 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 سردر مغازه‌ها و اماکن تجاری و مانند آن) و نیز سازماندهی اجرایی آن را به شرح زیر تصویب می‌نماید:

الف - سیاست‌ها:

- ۱- تبلیغات نباید باعث تبلیغ فرهنگ، اخلاق و رفتار غیراسلامی و بکارگیری شیوه‌ها، الگوها و مظاهر مبتذل بیگانه گردد.
- ۲- تبلیغات نباید با موازین شرعی و قوانین کشور مغایرت داشته باشد.
- ۳- تبلیغات کالاهای خارجی نباید به نحوی باشد که موجب سلب اعتماد جامعه از تولیدات داخلی شود.
- ۴- تبلیغات نباید وحدت ملی را مخدوش ساخته یا موجب تحقیر و یا توهین به مذاهب، اقوام و یا اقشاری از جامعه گردد.
- ۵- در فضاهای تبلیغاتی نباید تبلیغات بازرگانی بر تبلیغات فرهنگی غالب باشد.
- ۶- بخشی از فضاهای تبلیغات شهری و برون‌شهری باید به تبلیغات تأثیرگذار فرهنگی اختصاص یابد.
- ۷- 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 - ضوابط:

- ۱- در تبلیغات باید از ادعاهای کذب و گمراه‌کننده و غیرقابل اثبات پرهیز گردد.
- ۲- تبلیغات باید به خط و نشانه‌ها و زبان فارسی باشد.
- تبصره ۱-** نوشتن واژه‌های فارسی با املای نادرست مجاز نیست.
- تبصره ۲-** استفاده از علائم صنعتی و علائم و نامهای کالای ساخت خارج در تبلیغات در صورتی بلامانع است که حروف فارسی به صورت مشهودی بر حروف بیگانه غلبه داشته باشد.
- ۳- تبلیغات نباید رفتارهای مخرب محیط زیست و کالاهای غیرمجاز را ترویج نماید.
- ۴- تبلیغات ضمن آگاهی‌دادن نسبت به کالای مورد تبلیغ، نباید خدمات و یا کالاهای دیگران را بی‌ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دهد.
- ۵- استفاده از جذابیت‌های جنسی در تبلیغات ممنوع است.
- ۶- استفاده نامناسب و موهن از پیشوایان و شعارها و نمادهای مذهبی و نیز مقامات سیاسی کشور در تبلیغات ممنوع است.
- ۷- تبلیغات باید از تشویق به تجمل و اسراف پرهیز نماید و به جای تحریص به مصرف، معطوف به معرفی خصوصیات درست کالا باشد.
- ۸- تبلیغات نباید باعث ناهنجاری صوتی و تصویری و آشفتگی ذهنی و روانی گردد.
- ۹- تبلیغات بازرگانی در محیط‌های آموزشی، پژوهشی، تربیتی و مذهبی و همچنین فضاهای مخصوص کودکان ممنوع می‌باشد.
- ۱۰- تبلیغات نوشتاری، تصویری و تجسمی با ابعاد و اندازه غیرمتعارف ممنوع است.



سیاست ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی - مصوب ۱۳۸۸/۱۱/۲۷

تبصره ۵ - مصادیق غیر متعارف بودن ابعاد و اندازه تبلیغات را کارگروه موضوع قسمت (ج) این مصوبه تعیین می نماید.

۱۱- تبلیغات نباید بگونه ای باشد که موجب تضعیف خودباوری و اعتماد ملی و نیز تحقیر شخصیت مردمی شود که فاقد استطاعت برای خرید کالای مورد نظر هستند.

ج - سازماندهی و نظارت

به منظور نظارت دائمی بر حسن اجرای سیاست ها و ضوابط موضوع این مصوبه و همچنین تدوین آیین نامه ها و دستورالعمل های اجرایی و مقررات نحوه تشکیل و ترکیب اعضاء و شرح وظایف کمیته های استانی، کارگروهی زیر نظر شورای فرهنگ عمومی و مرکب از اعضای ذیل تشکیل می گردد:

۱- دبیر شورای فرهنگ عمومی (رئیس کارگروه)

۲- مدیر کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

۳- مدیر کل ذریع وزارت بازرگانی

۴- نماینده سازمان تبلیغات اسلامی

۵- نماینده سازمان صدا و سیما

۶- نماینده نیروی انتظامی

۷ (اصلاحی ۳۱، ۳، ۱۳۹۰)- نماینده وزارت راه و شهرسازی

۸- رئیس سازمان زیباسازی شهرداری تهران

۹- رئیس سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

۱۰- رئیس کمیسیون فرهنگی، اجتماعی و زیست شهری شورای اسلامی شهر تهران

۱۱- دو صاحب نظر در حوزه تبلیغات و ارتباطات (ترجیحاً عضو هیأت علمی) به انتخاب شورای فرهنگ عمومی

۱۲ (اصلاحی ۳۱، ۳، ۱۳۹۰)- نماینده وزارت راه و شهرسازی

۱۳- نماینده فرهنگستان زبان و ادب فارسی

۱۴- نماینده اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران

۱۵- نماینده مؤسسات و شرکتهای تبلیغاتی با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تبصره ۱۵- در مواردی که موضوعی مرتبط و متناسب با مأموریت های سایر دستگاه ها در دست بررسی می باشد به تشخیص کارگروه، نماینده دستگاه ذریع با حق رأی برای شرکت در جلسات دعوت می شود.

تبصره ۲- کارگروه فوق آیین نامه های پیشنهادی خود را برای تصویب به شورای فرهنگ عمومی ارائه می نماید و شورای فرهنگ عمومی موظف است ظرف مدت ۳ ماه از تاریخ ابلاغ سیاست ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی، دستورالعمل های اجرایی مورد نیاز را تصویب و ابلاغ نماید.

د - نظارت و پی گیری

شورای فرهنگ عمومی موظف است ضمن تنظیم ساز و کار نظارت بر اجرای این ضوابط و دستورالعمل های 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 ۶۳۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی، در جلسه ۱۹۸ مورخ ۲۷ / ۱۱ / ۱۳۸۸ شورای معین شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.

محمود احمدی نژاد

رئیس جمهور و رئیس شورای عالی انقلاب فرهنگی

معاونت تدوین، تنقیح و انتشار قوانین و مقررات - معاونت حقوقی ریاست جمهوری (Qavanin.ir)

