

badk@beh

Creative Communication Solutions

راهبردهای ارتباطی خلاق بادکوبه

مجموعه ضوابط تهیه و
تولید محتوایی آگهی‌ها

سال ۱۳۹۸

بهمن ۱۳۹۷

«مجموعه ضوابط تهیه و تولید محتوایی آگهی ها»

در سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران»

اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

دی ۱۳۹۷ - سال ۹۸

فهرست

عنوان.....	صفحه.....
مقدمه	۴
تعاریف	۶
کلیات	۹
فصل اول: موازین شرعی	۱۲
فصل دوم: موازین اجتماعی و عرفی	۱۴
فصل سوم: حقوق مخاطبین و مصرف کنندگان کالا	۱۸
فصل چهارم: حقوق و وظایف صاحب کالا و خدمات	۲۱
فصل پنجم: حقوق و ضوابط سازمان صدا و سیما	۲۳
فصل ششم: حقوق صاحبان آگهی به عنوان یک اثر هنری	۲۵
فصل هفتم: صیانت از زبان، گفتار و نوشتار فارسی	۲۷
فصل هشتم: ضوابط استفاده از موسیقی در آگهی	۳۰
فصل نهم: مقررات مربوط به زیرنویس و نشان آگهی	۳۲
مجوزها	۳۴

مقدمه

مقدمه

آگهی تبلیغاتی در سازمان صدا و سیما ماهیتاً یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی است که علیرغم زمان کوتاه، هدفی بلند مدت را دنبال کرده و تأثیری عمیق و گسترده بر مخاطبان دارد. آگهی ها با بهره گیری از تکنیک های پیشرفته، بیان شیوا و موجز و ساختار قوی، عمدتاً توسط متخصصان زبده تهیه گردیده و اغلب در پرشنونده ترین و پربیننده ترین ساعات رسانه پخش می شود. گرچه جذابیت هرچه بیشتر این آثار هنری کوچک که نشان از درک عمیق هنری، اندیشه توانا و خلاقیت ذهنی سازندگان آنها دارد، امر مطلوبی است؛ اما دقت در ساخت نیز بگونه ای که ارزش های فرهنگی و اجتماعی و اصول اعتقادی جامعه در آنها حفظ و تقویت شود، از اولویتی ویژه برخوردار است. بدلیل دامنه گسترده آگهی ها و تأثیر آن بر مخاطبین، بی توجهی به ارزش های یاد شده می تواند ضایعه فرهنگی جبران ناپذیری را در پی داشته باشد.

در تهیه و تدوین این آئین نامه نکات اساسی از جمله رعایت موازین قانونی، اجتماعی و عرفی کشور، حفظ حقوق رسانه ملی، تولیدکنندگان و مصرف کنندگان کالاها و خدمات، مصنفان آثار موسیقایی و صیانت از زبان فارسی نیز مدنظر قرار گرفته است.

امید است صاحبان محترم کالاها و خدمات و تولیدکنندگان آگهی های رادیویی و تلویزیونی در هنگام ساخت تیزرهای رادیویی و تلویزیونی توجه به معیارها و ضوابط مورد احترام جامعه و اهداف نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران را که در این مجموعه گرد آمده و حاصل تلاش متخصصان علم تبلیغات و تجربه گرانبهای ده سال گذشته آنان است، سرلوحه کارخویش قرار دهند.

اداره کل بازرگانی

تعارف

تعاریف:

۱. آگهی:

آگهی عبارت است از معرفی کالاها یا خدمات با هدف اطلاع رسانی به مخاطبان، با استفاده از عناصری مانند: صدا، تصویر، موسیقی، نور، رنگ و جلوه های ویژه از کانال ارتباطی رادیو و تلویزیون و یا رسانه های مجازی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

۲. صاحب آگهی:

به تولید کنندگان یا عرضه کنندگان کالاها و خدمات گفته می شود که ضمن پذیرش اصول و ضوابط اداره کل بازرگانی قصد تبلیغ در رسانه رادیو و تلویزیون را داشته باشند.

۳. کانون تبلیغاتی:

کانون تبلیغاتی مؤسسه ای است دارای مجوز رسمی تبلیغات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، که به یکی از فعالیت های زیر پردازد:

الف- تهیه و تنظیم تبلیغات بازرگانی: برنامه ریزی و مدیریت تبلیغ و تهیه و تنظیم آن و همچنین تحقیق و بررسی درخصوص نتایج تبلیغات بازرگانی و اثرات آن و اصلاح و تکمیل برنامه های تبلیغاتی برای تکرار برنامه در دوره های بعد.

ب- مشاوره در تبلیغات بازرگانی: مشاوره در فعالیت بازاریابی جزو اقدامات کانون هاست که خود نیازمند مقدماتی مانند شناخت کالا و مشتریان آن و مخاطبان تبلیغ، انتخاب شیوه ها و رسانه های مناسب و تعیین بودجه تبلیغاتی مورد نیاز است.

ج- اجرای تبلیغات بازرگانی: اجرا و نظارت بر اجرای برنامه تبلیغاتی از جمله وظایفی است که کانون های تبلیغاتی ممکن است براساس توافق برعهده بگیرند.

بنابراین منظور از کانون های آگهی و تبلیغاتی در این آئین شرکت هایی هستند که کار آنها تنظیم، تهیه، مشاوره و اجرای برنامه های تبلیغاتی و روابط عمومی و انجام دادن سایر خدمات برای معرفی و فروش کالا یا خدمات مربوط می باشد.

کلیات

کلیات

۱- این دستورالعمل، مجموعه ضوابط تولید آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی است که به پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تایید معاونت منابع مالی و سرمایه انسانی و در تطبیق با مجموعه قوانین حاکم بر سازمان صداوسیما تهیه و تدوین شده است.

۲- علاوه بر این دستورالعمل، رعایت سیاست‌های کلان نظام جمهوری اسلامی ایران که بنا به مقتضیات زمانی و حسب مورد از سوی معاونت منابع مالی و سرمایه انسانی اعلام می‌شود، ضروری است.

۳- تفسیر مواد دستورالعمل و نیز ارائه نظرات مشورتی درمورد آنها برعهده اداره کل بازرگانی صداوسیماست. این اداره کل موظف است بر رعایت کامل دستورالعمل مذکور نظارت نموده و از پخش آگهی‌های مغایر با آن جلوگیری کند.

۴- رعایت این دستورالعمل برای پخش آگهی از تمامی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران اعم از سراسری، استانی، برون مرزی و بین‌المللی الزامی است.

۵- با عنایت به لزوم رعایت حقوق مخاطبین و انتظار صاحبان کالا از پخش آگهی و با توجه به اینکه رادیو رسانه مستقل می‌باشد لطفاً در صورت مبهم بودن از ارائه صدای تیزرهای تلویزیونی به عنوان تیزر رادیویی پرهیز شود.

۶- مفاد این دستورالعمل درمورد انواع آگهی‌های مستقیم و غیرمستقیم (آگهی‌های درون برنامه‌ای و برنامه‌های مشارکتی) نیز شامل می‌شود.

۷- آگهی‌ها باید با رعایت ادب اجتماعی و احترام به آحاد جامعه (اعم از زن، مرد و کودک) تولید شود.

۸- تحقیرآداب و رسوم، سنن، گویش و لهجه‌های اصیل اقوام ایرانی در آگهی به هر شکل ممنوع است.

۹- مخدوش کردن دین مبین اسلام و اهل سنت و ادیان به رسمیت شناخته شده در آگهی ممنوع است.

۱۰- استفاده از تصاویر حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری در آگهی ممنوع است.

تبصره ۱: برای استفاده از تصاویر و بیانات حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری و همچنین استفاده از تصاویر رؤسای سه قوه ارائه مجوزکتبی ضروری است.

۱۱- در صورت لزوم به استفاده از پرچم و نقشه کشور جمهوری اسلامی ایران، پرچم باید به صورت کامل و همراه با نام الله و نقشه نیز بصورت واضح (روشن) و با توجه به تمامیت ارضی کامل کشور و با قید نام جزایر مورد استفاده قرار گیرد. (مانند خلیج فارس و دریای خزر)

۱۲- بدلیل اولویت دادن قانون به تولیدات داخلی، آگهی نباید تلویحاً و یا تصریحاً موجب القاء برتری کالای خارجی بر تولیدات داخل کشور شده و یا تولیدات داخلی را در سطح پایین‌تری نمایش دهد.

۱۳- کالاهایی که پس از طی مراحل قانونی و کسب مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح وارد کشور می‌شوند، چنانچه مشابه کالای داخلی آن در کشور تولید نشود، در صورت رعایت مواد این آیین‌نامه مجاز به تبلیغ از صدا و سیما هستند.

۱۴- صاحبان کالا و خدمات و تولیدکنندگان، آگهی‌های خود را با رعایت کامل این دستورالعمل تولید می‌نمایند. و در صورت هر گونه تخلف یا شکایت از طرف اشخاص حقیقی یا حقوقی در مراجع ذیربط، صاحبان کالا و خدمات و تولیدکنندگان منفرداً و مجتمعاً پاسخگو خواهند بود.

۱۵- در صورت برخورد با موضوعات جدید و یا ایجاد اشکال یا ابهام در ساخت آگهی‌های تبلیغاتی توسط کانون‌های تبلیغاتی یا صاحب کالا و خدمات موضوع رأساً از اداره کل بازرگانی استعلام شود.

۱۶- کانون‌های تبلیغاتی یا صاحبان کالا و خدمات که قصد ساخت آگهی (تیزر) با سناریویی برگرفته از یک اثر خاص داخلی یا خارجی دارند، می‌بایست یک نسخه از فیلمنامه مصور (story bord) را به همراه اصل اثر به اداره کل بازرگانی ارسال و پس از تأیید اقدام به ساخت نمایند. بدیهی است در غیر اینصورت امکان صدور مجوز پخش وجود ندارد.

۱۷- چنانچه آگهی ارائه شده حسب ظاهر، مغایرتی با مواد این دستورالعمل نداشته باشد، اما پس از پخش ایجاد زیان و خسارت نماید و این امر ناشی از تقصیر و تخلف تولیدکننده یا صاحب کالا و خدمات باشد، اشخاص مذکور به ترتیب مسئولیت، مسئول جبران خسارات وارده خواهند بود.

۱۸- در صورت نیاز به نمایش مجری در آگهی، استفاده همزمان از مجری خانم و آقا ممنوع می‌باشد.

فصل اول

«موازن شرعی»

فصل اول: موازین شرعی

بند ۱: استفاده از آیات قرآن مجید در آگهی های تجاری ممنوع است؛ اما در موارد خاص و با مجوز اداره کل بازرگانی (شورای بازرینی و باز شنوایی) مجاز می باشد.

بند ۲: استفاده همزمان از موسیقی و قرائت قرآن مجید ولو بصورت زیر صدا ممنوع است.

بند ۳: استفاده همزمان از موسیقی با نمایش آیات، اذان و مناجات باید متناسب با موضوع باشد.

بند ۴: در آگهی باید از طرح خرافات و ترویج رفتارهای خرافه برانگیز و خلاف سنن اسلامی و عرف معمول در جامعه اسلامی ایران پرهیز شود.

بند ۵: باتوجه به مغایرت تاکید بر "شانس" در کسب جوایز با تعالیم دینی و همچنین تبعات منفی اجتماعی آن، از طرح و تاکید بر آن و برجسته سازی موضوع اجتناب شود.

بند ۶: نمایش و یا تداعی هرگونه تماس بدنی عمدی و یا غیر عمدی بین زن و مرد در آگهی ممنوع است.

بند ۷: نمایش هرگونه بدحجابی و عدم رعایت حد مجاز شرعی (نشان دادن گردن و یا موی سر خانم ها، لباس تنگ و کوتاه و...) ممنوع است.

بند ۸: استفاده از آرایش برای بازیگر و غیر بازیگر اعم از زن و مرد در آگهی ممنوع است.

تبصره: نشان دادن ناخن های بلند و لاک زده و زیورآلات غیرمرتبط با موضوع آگهی ممنوع است.

بند ۹: نمایش عریان مجسمه، نیم تنه و یا تابلوی عریان انسان در آگهی مجاز نیست.

بند ۱۰: نمایش حرکات موزون در آگهی ممنوع است.

بند ۱۱: استفاده از آرم و نشان تجاری صاحبان کالا و خدمات در خارج از کادر و ذیل و در انتهای تصویر بلامانع است.

فصل دوم

«موازن اجتماعى و عرفى»

فصل دوم: موازین اجتماعی و عرفی

بند ۱: هر نوع بی‌احترامی به مفاخر تاریخی و میراث فرهنگی و اجتماعی بصورت مستقیم و یا تلویحی در آگهی ممنوع است.

بند ۲: تحقیر آداب و رسوم و سنن اصیل ایرانی به هر شکل در آگهی ممنوع است.

بند ۳: ترویج و تبلیغ آرایش و پوشش‌های خلاف عرف جامعه (آستین کوتاه، خال کوبی و ...) برای مردان مجاز نیست.

بند ۴: در آگهی استفاده از پوشش و لباس‌های منقوش به نشانه‌ها، تصاویر نا متعارف و نوشته‌های بیگانه مجاز نیست.

بند ۵: استفاده از تصاویر خانم‌ها به صورت بسته (کلوزآپ، اکستریم کلوزآپ) در آگهی‌ها مجاز نیست.

بند ۶: آگهی نباید موجب ترویج رفتارهای خلاف قانون (مانند عدم رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی و ...) شود.

بند ۷: آگهی نباید باعث رنجش بخشی از افراد و یا طبقات خاص در جامعه شود.

بند ۸: استفاده از لوازم صحنه و نوع چیدمان آنها باید متناسب با کالای مورد تبلیغ بوده و از تجمل‌گرایی در آن پرهیز شود.

بند ۹: نشان دادن تصاویر ورزشی در آگهی با استفاده از لباس‌های مربوط به آن ورزش، با رعایت شئون اسلامی بلامانع است.

بند ۱۰: استفاده از صحنه‌های استعمال دخانیات و موارد مشابه دیگر که مضر به سلامت انسان بوده و یا اعتیاد آور باشند و به نوعی خواه تصریحاً و یا تلویحاً مصرف آنها را ترویج نماید؛ مجاز نیست.

تبصره ۱: پخش پیام‌های بهداشتی در مورد مضرات دخانیات و یا مواد مخدر از این قاعده مستثنی است.

بند ۱۱: آگهی نباید وحشت و خشونت را القاء کند.

بند ۱۲: نمایش استفاده از سگ، گربه و خوک در کنار خانواده مجاز نیست. این امر در مورد سایر حیوانات در حد عرف جامعه بلامانع است.

بند ۱۳: در آگهی، استفاده از تصاویری که در آن جانوران آزار می بینند؛ به منظور ترغیب موضوع ممنوع است.

بند ۱۴: تبلیغاتی که مروج تخریب محیط زیست انسان، جنگل ها، مراتع و منابع طبیعی و زیستگاه های طبیعی جانوران باشد ممنوع است.

بند ۱۵: در تیزرهایی که افراد حاضر در اجتماع رانمایش می دهد (به ویژه در فضاهای عمومی) در مراکز خرید، فروشگاه ها و... هنگام حضور بانوان، از تمامی پوشش ها (چادری و مانتویی) استفاده شود.

بند ۱۶: در صورت درخواست نمایش تصویر پول ملی در آگهی، می بایست موضوع آگهی و شرایط آن مورد توجه جدی قرار گیرد.

خانواده

بند ۱: نمایش رفتارهای منفی و نابهنجار در خانواده مانند توهین، تمسخر و بی احترامی به یکدیگر به خصوص به والدین و بزرگترها در آگهی مجاز نیست.

بند ۲: نمایش صحنه های ضرب و شتم و کتک کاری درون خانواده و یا جامعه در آگهی مجاز نیست.

بند ۳: برای حفظ کرامت زن، نمایش تصاویر او در آگهی نباید هدف تبلیغ قرار گیرد.

بند ۴: نشان دادن تصاویر زن و مرد در کنار هم، چنانچه بیانگر رابطه خانوادگی بوده و مفهوم غیر اخلاقی و غیر شرعی را تداعی نکند، بلامانع است.

بند ۵: با توجه به ضرورت توجه و پرداختن به نهاد مقدس خانواده، ترجیحاً از انتخاب و توجه به فضاهای مجردی و دانشجویی پرهیز شده و خانواده های منتخب با حداقل ۲ فرزند نمایش داده شود.

کودک

بند ۵: آگهی نباید موجب بدآموزی کودکان شود و یا آنها را وادار به انجام کارهایی کند که در عرف جامعه پذیرفتنی نیست.

بند ۶: آگهی نباید باعث تمسخر یا استهزا کودکان بخاطر نخریدن کالا و یا اطلاع نداشتن آنان از محصول شود.

بند ۷: نمایش خرید کردن کودکان بدون حضور والدین و افراد آشنا مجاز نیست.

بند ۸: کودکان نباید در مکان های ناآشنا و خطرناک و در حال همراهی با افراد غریبه نشان داده شوند.

بند ۹: تصاویر آگهی نباید موجب تشویق کودکان به انجام رفتارهای مخاطره آمیز مانند بازی با کبریت، بنزین،

لوازم برقی، چرخ گوشت، وسایل برنده و خطرناک و استفاده از دارو بدون حضور والدین شود.

بند ۱۰: کودکان نباید در حال استفاده از مواد ضد عفونی کننده، سمی، بیهوش کننده و خواب آور نمایش داده شوند

و یا در شرایطی به تصویر کشیده شوند که به اقتضای سن آنان خطرناک است.

بند ۱۱: چنانچه کودکی در صحنه آتش سوزی نشان داده شود، نشان دادن آتش نشان یا امداد رسان و یا والدین او

در کنار کودک الزامی است.

بند ۱۲: استفاده از کودکان خیلی چاق برای القای سلامت بخش بودن و یا انرژی زا بودن مواد غذایی مورد تبلیغ

در آگهی مجاز نیست.

فصل سوم

« حقوق مخاطبین و مصرف‌کنندگان کالا »

فصل سوم: حقوق مخاطبین و مصرف‌کنندگان کالا

بند ۱: اطلاع مصرف‌کننده از ویژگی‌های محصول حق اوست؛ بنابراین هرگونه فریب مخاطب در مورد کالای مورد تبلیغ و یا تحقیر، مقایسه، تخریب و نفی کالای رقیب ممنوع است.

بند ۲: برای حفظ اعتماد مردم به رسانه ملی، سفارش دهندگان و سازندگان آگهی‌ها باید مدارک و مستندات قانونی مربوط به ادعاهای مطرح شده در آگهی‌های خود از قبیل گواهی استاندارد، بهداشت و سایر ویژگی‌های کالا را از مراجع ذیصلاح دریافت و به اداره کل بازرگانی ارائه کنند.

تبصره ۱: در صورت نیاز به تمدید مدارک مذکور، به تشخیص اداره کل بازرگانی در ازای تعهد کتبی صاحب کالا و یا کانون تبلیغاتی، حداکثر ۲ ماه به آنان فرصت داده خواهد شد.

بند ۳: صاحبان آگهی تنها می‌توانند ویژگی‌های مستند کالای خود را نمایش دهند و باید از مقایسه تصویری میان آن کالا و کالای رقیب (بصورت بسته، باز و یا تلویحی) خودداری کنند.

بند ۴: پخش آگهی مربوط به اوراق مشارکت، فروش سهام، هدایای بانک‌ها، پیش‌فروش کالاها و خدمات و موارد مشابه، نیاز به ارائه مدارک لازم و مجوز مراجع ذیصلاح دارد.

بند ۵: استفاده مستقیم یا تلویحی از صفت تفضیلی و یا عالی (تر و ترین)، در آگهی مجاز نیست؛ مگر این صفات در مقایسه کالا با گذشته‌اش به کار رود و یا مستند به مدارک باشد.

بند ۶: تولیدکننده یا صاحب آگهی برای اعلام هدایا و یا تخفیف کالای خود باید قبلاً تأیید مراجع ذیصلاح را دریافت و ارائه کرده، ضوابط موضوع صدا و سیما را نیز بپذیرد.

بند ۷: انتشار آگهی‌های مربوط به فروش کالا و یا خدمات از طریق قرعه‌کشی، زمانی مجاز است که:

الف- آگهی دهنده، خود تولیدکننده آن کالا یا خدمت باشد و یا نمایندگی رسمی و قانونی از تولیدکننده داشته باشد.

ب- هیچگونه وجهی از متقاضیان برای شرکت در قرعه کشی دریافت نشود.

ج- بهای کالا یا خدمت و نحوه واگذاری و دفعات اقساط و سایر شرایط، دقیقاً در متن آگهی مشخص و روشن باشد.

بند ۸: صاحب آگهی مکلف است تاریخ قرعه کشی را حداقل در بیش از ۵ نوبت از آگهی های تبلیغاتی خود به اطلاع مخاطبین برساند.

بند ۹: چنانچه در آگهی تصاویری در زمینه های مختلف شغلی نشان داده شود، بازیگران باید ضمن در بر داشتن لباس متناسب با آن شغل، تجهیزات ایمنی لازم را نیز به کار برند.

بند ۱۰: استفاده از کارشناسان آزمایشگاه های غیر پزشکی که ملبس به لباس سفید باشند به شرط نصب نام و نشان تجاری آن شرکت بر روی سینه به گونه ای که برای مخاطب قابل رؤیت باشد؛ بلامانع است.

بند ۱۱: استفاده از پزشک و بیمار در آگهی ممنوع است.

بند ۱۲: در آگهی نمی توان از قول منابع علمی ادعاهایی به عمل آورد که از طرف منابع موثق علمی تایید نشده باشد.

بند ۱۳: در حوزه محصولات غذایی، از نمایش مصرف بی رویه و غیر متعارف در تمامی حوزه ها که بیانگر اسراف و ترویج مصرف گرایی باشد پرهیز؛ و به مصرف بهینه توجه لازم شود.

بند ۱۴: تبلیغ انواع دارو ممنوع است و لیکن تبلیغ شرکت داروسازی بلامانع می باشد.

فصل چہارم

« حقوق ووظائف صاحب کالا وخدمات »

فصل چهارم: حقوق و وظایف صاحب کالا و خدمات

بند ۱: استفاده از نام های خارجی برای کالای ایرانی ممنوع است.

بند ۲: صاحب کالا می تواند مدارکی را که به خاطر رعایت کیفیت محصول خود دریافت کرده است، (مانند:

استاندارد، بهداشت، کیفیت، حقوق مصرف کننده و ...) برای اطلاع مصرف کننده در آگهی استفاده کند.

تبصره ۱: استفاده از استانداردهای خارجی در آگهی منوط به تائید آن از سوی موسسه استاندارد و تحقیقات

صنعتی ایران است.

تبصره ۲: برای کالای خارجی دارا بودن برگ سبز گمرکی به معنی دارا بودن استانداردهای لازم است.

بند ۳: صاحب کالا و خدمات می تواند توانایی خود در صادرات کالا را به اطلاع مخاطبان داخلی برساند،

مشروط بر آنکه وزارت بازرگانی آن را تائید کند.

فصل پنجم

« حقوق و ضوابط سازمان صدا و سیما »

فصل پنجم: حقوق و ضوابط سازمان صدا و سیما

بند ۱: معاونت منابع مالی و سرمایه انسانی به نمایندگی از سازمان صدا و سیما تمامی اختیارات، مسئولیت‌ها و سیاستگذاری‌های مربوط به تبلیغات و نیز اجرای این آیین‌نامه را بر عهده دارد.

بند ۲: اداره کل بازرگانی آگهی‌هایی را که با مفاد این مقررات مغایرت دارد، جهت رفع اشکال به صاحب کالا یا شرکت تبلیغاتی مربوطه اعاده خواهد کرد.

بند ۳: استفاده از نام و یا بخشی از برنامه‌های تولیدی و یا زنده شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در آگهی بدون کسب مجوز و بازسازی آن صحنه ممنوع است.

بند ۴: در آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی برای استفاده از آهنگ‌ها و آثار موسیقایی متعلق به صداوسیما و صاحب اثر کسب مجوز اداره کل بازرگانی ضروری است.

بند ۵: آگهی باید از نظر فنی (صوتی و تصویری) طبق استانداردهای سازمان صدا و سیما تهیه شود.

بند ۶: اداره کل بازرگانی مجاز است در هر مقطعی که متوجه مغایرت آگهی با ضوابط این مقررات شود، شناسه آن را باطل نموده، خواستار رفع اشکال آن از طریق صاحب آگهی یا کانون تبلیغاتی شود.

بند ۷: سازندگان آگهی چنانچه قصد استفاده از صدا و تصویر چهره‌های شاخص برنامه‌های صدا و سیما در آگهی را داشته باشند باید قبلاً مجوز لازم را از اداره کل بازرگانی صدا و سیما اخذ نمایند. در صورت استفاده از چهره‌های معروف و مشاهیر در آگهی، لازم است سناریوی مصور (story bord) آن به همراه مکاتبه استعلام، به امور آگهی‌ها ارائه شود در صورت تایید این امور اقدام به ساخت آگهی شود تا هزینه مازاد بر شرکت تبلیغاتی تحمیل نشود.

تبصره ۱: استفاده از افرادی که به گویندگی خبر و یا اعلام برنامه اشتغال دارند، مطلقاً جایز نیست.

تبصره ۲: آگهی‌هایی که با کسب مجوز لازم در آن از تصویر و یا صدای چهره‌های برنامه‌های صداوسیما استفاده شده باشد، در زمانهای نزدیک به برنامه آن چهره‌ها پخش نخواهد شد.

فصل ششم

« حقوق صاحبان آگهی به عنوان یک اثر منفی »

فصل ششم: حقوق صاحبان آگهی بعنوان یک اثر هنری

بند ۱: آگهی رادیویی و تلویزیونی یک اثر هنری است و برای حفظ حقوق معنوی شرکت تبلیغاتی سازنده آن باید دارای شناسنامه (نام کارگردان، فیلمنامه‌نویس، آهنگساز، گوینده، شاعر و ...) باشد.

بند ۲: صاحب آگهی باید ضمن درج شناسنامه اثر در آگهی، یک نسخه آن را به اداره کل بازرگانی تحویل دهد.
تبصره ۱: مسئولیت مندرجات شناسنامه آگهی برعهده کانون تبلیغاتی است.

تبصره ۲: صاحب کالا در صورت خرید حقوق مادی و معنوی اثر، صاحب آگهی شناخته می‌شود.

بند ۳: حقوق یک آگهی متعلق به شرکت تبلیغاتی سازنده آن است و استفاده از تمام یا بخشی از آن (موسیقی، فیلمنامه، شعر، دکور و ...) توسط سایرین، تنها با اجازه کتبی صاحب اثر امکان پذیر است.

بند ۴: برای تمام تیزرهای موزیکال، آپلود متن شعر به همراه سایر مدارک الزامی است.

فصل، مضمون

«صیانت از زبان، گفتار و نوشتار فارسی»

فصل هفتم: صیانت از زبان، گفتار و نوشتار فارسی

بند ۱: صاحب آگهی موظف است نام و نشان کالای خود را به ثبت برساند.

تبصره ۱: نسبت نوشته های فارسی به لاتین در کالاهای خارجی، تولید مشترک و تحت لیسانس باید ۷۰ به ۳۰ درصد باشد.

بند ۲: استفاده غلط از واژگان فارسی در آگهی مجاز نیست.

بند ۳: زبان آگهی باید قابل فهم و روان باشد. استفاده از گفتار محاوره ای در صورتی مجاز است که به زبان فارسی آسیب نرساند.

بند ۴: اشعار آگهی های آهنگین باید از نظر قافیه، وزن و ردیف از استحکام کافی برخوردار باشد.

بند ۵: در نوشته های آگهی، دستور زبان و قواعد فارسی باید رعایت شود. استفاده از الفبا، اعداد و نشانه های زبان بیگانه به جز نشانه محصول) در آگهی ها ممنوع است.

بند ۶: استفاده از واژه ها و اصطلاحات بیگانه منوط به اخذ مجوز از ثبت علائم و نشان های تجاری می باشد و مطابق تعرفه موضوعه محاسبه خواهد شد. بهره گیری از واژه هایی که فرهنگستان زبان فارسی معادل فارسی آنها را اعلام کرده و رایج شده است در آگهی ضروری است.

بند ۷: نام کالای داخلی باید در فرهنگ های لغات معتبر فارسی (مانند دهخدا، عمید، معین و ...) دارای معنی، یا نام مکان خاص قید شده در فرهنگ ها باشد؛ در غیر این صورت برابر با تعرفه ها و ضوابط همان محاسبه خواهد شد.

تبصره ۲: استفاده از نام محلی برای کالا در صورت ثبت در فرهنگ های رسمی با ذکر معنی آن بلامانع است؛ مشروط بر آنکه آن نام در زبان فارسی معنای غیر متعارف نداشته باشد.

تبصره ۳: استفاده از نام های اختصاری و مقطع اعم از معنی دار و بی معنی به شرط آنکه کامل آن دارای معنی باشد بلامانع است.

بند ۸: در آگهی، عناوین، نام های سیاسی و جغرافیایی و نشانه های طبیعی باید مطابق موارد رسمی اعلام شده از سوی مراجع ذیربط کشور به کار رود.

بند ۹: اعلام نشانی ها (مانند نشانی پستی) در گفتار و نوشتار آگهی باید بصورت کامل و قابل فهم باشد.

بند ۱۰: استفاده از نام های اقوام ایرانی (کردی، لری، آذری، ترکمن و ...) چنانچه در فرهنگ لغات معتبر آن قوم درج شده باشد در آگهی بلامانع است.

تبصره ۴: در صورت استفاده از زبان، گویش و یا لهجه های کردی، آذری، لری، ترکمن و ... مشروط به آنکه معنای آن به زبان فارسی در زیر آن نوشته شده باشد مجاز است.

فصل هشتم

«ضوابط استفاده از موسیقی در آگهی»

فصل هشتم: ضوابط استفاده از موسیقی در آگهی

بند ۱: از موسیقی تولید شده و اختصاصی آگهی‌های دیگر صاحبان کالا و خدمات بدون موافقت کتبی آنان نمی‌توان استفاده کرد.

بند ۲: در آگهی نباید از سرود رسمی کشور استفاده شود مگر اینکه ضرورت آن (مانند آگهی افتتاح پروژه‌های ملی) تایید شود.

بند ۳: تک‌خوانی خانم‌ها و یا موسیقی همراه با همخوانی آنها (کر)، به نحوی که صدای خانم‌ها در آن غلبه داشته باشد در آگهی مجاز نیست.

بند ۴: استفاده از موسیقی شش و هشت و موسیقی‌های مبتدل در آگهی ممنوع است.

فصل نهم

«مقررات مربوط به زیرنویس، نشان آگهی»

فصل نهم: مقررات مربوط به زیرنویس

- بند ۱: نوشته زیرنویس باید ساده و گویا باشد.
- بند ۲: نوشته محاوره ای در زیرنویس مجاز نیست.
- بند ۳: حرکت کلمات زیرنویس به لحاظ رعایت شیوه خواندن زبان فارسی باید از چپ به راست باشد.
- بند ۴: سرعت حرکت زیرنویس باید به اندازه ای باشد که مخاطب بتواند آن را بخواند.
- بند ۵: پس زمینه (بک گراند) زیرنویس باید ساده باشد.
- بند ۶: زیرنویس باید حداکثر ۹۰ پیکسل ارتفاع تصویر تلویزیونی را در برگیرد.
- بند ۷: حداکثر زمان پخش زیرنویس در صفحه تلویزیون ۱۵ ثانیه است. اما با رعایت ضوابط، بیش از آن نیز میسر می باشد.
- بند ۸: استفاده از گرافیک تصویری فقط برای نام و شعار محصول در انتهای زیرنویس مجاز است.
- بند ۹: استفاده از رنگ مشکی (به دلیل فنی) در زیرنویس مجاز نمی باشد.
- بند ۱۰: در نشان آگهی از نمایش تصاویر متعدد در صفحه خودداری شود (بدلیل رعایت استانداردها گرافیک).
- بند ۱۱: در نشان آگهی حرکت تصاویر به جز لوگوی پیام های بازرگانی ممنوع می باشد.
- بند ۱۲: نشان آگهی برابر ضوابط و به منظور نمایش نشان و برند تجاری محصول ساخته شود و از تصاویر تیزر استفاده نشود.

مخوزها

مجوزها

بند ۱- برای حفظ اعتماد مردم به رسانه ملی، سفارش دهندگان و سازندگان آگهی‌ها باید مدارک و مستندات قانونی مربوط به ادعاهای مطرح شده در آگهی‌های خود از قبیل گواهی استاندارد، بهداشت و سایر ویژگی‌های کالا را از مراجع ذیصلاح دریافت و به اداره کل بازرگانی ارائه کنند.

تبصره ۱: در صورت نیاز به تمدید مدارک مذکور، به تشخیص اداره کل بازرگانی در ازای تعهد کتبی صاحب کالا و یا شرکت همکار، حداکثر ۴ ماه به آنان فرصت داده خواهد شد. ضمناً مواردی که در حال اخذ، تهیه و تمدید است با صلاحدید اداره کل بازرگانی به مدت یک ماه پخش آن بلامانع است.

بند ۲- پخش آگهی مربوط به اوراق مشارکت، فروش سهام، جوایز بانک‌ها، پیش فروش کالاها و خدمات و موارد مشابه، نیاز به ارائه مدارک لازم و مجوز مراجع ذیصلاح دارد.

بند ۳- آگهی‌های مربوط به خواص مواد غذایی، آشامیدنی، بهداشتی و آرایشی طبق مقررات مربوط مستلزم گرفتن اجازه قبلی از وزارت بهداشت و درمان است.

تبصره ۲: تبلیغ در مورد خواص داروها ممنوع است مگر بر طبق ضوابط ماده ۵ قانون مربوط به مقررات پزشکی و دارویی و مواد خوراکی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴.

بند ۴- تبلیغ فیلم‌های سینمایی، داستانی و ... نیازمند اخذ مجوز از ریاست محترم سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران یا معاون برنامه ریزی و منابع مالی می‌باشد. در ضوابط هر سال به منظور حمایت از صنعت سینما تعرفه‌ها و تخفیف‌های خاص علاوه بر دیگر تخفیفات پیش‌بینی نماید. برای تبلیغ فیلم‌های سینمایی تیزر جداگانه‌ای از فیلم ساخته شود (از پلانهای فیلم بعنوان تیزر استفاده نگردد).

بند ۵- تبلیغات کالاها و فراورده‌هایی که طبق تبصره ۴ ماده ۶ قانون اصلاح قوانین و مقررات موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران که اجرای استاندارد را در مورد آنها اجباری اعلام کرده است منوط به داشتن پروانه کاربرد علامت استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران می‌باشد. کانون مکلف به اخذ گواهی لازم از سفارش دهنده می‌باشد.

این مجموعه ضوابط به استناد بند ۶ از ماده ۲۲ و بند ۵ از ماده ۲۱ قانون اساسنامه سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و آیین‌نامه نحوه پذیرش و پخش آگهی‌های بازرگانی به شماره ۳۰۱۹/۱۱۰۰ مورخ ۸۳/۴/۱ تنظیم و قابلیت اجرا دارد.

شهرک غرب | فاز ۶ | گل افشان
شمالی | کوچه هفتم | پلاک ۹
تلفن: ۹۲۸ ۴۱ (۰۲۱)
فکس: ۲۷ ۶۶ ۰۹ ۸۸ (۰۲۱)
NO9 | 7th St. | North Golafshan
Ave. | 6th Phase | Shahrak-e-
ghods | Tehran - IRAN
Tel: (+98) 21 41 928



badkoobeh.com