

ضوابط و مقررات تهیه و تولید
محتوای آگهی های رادیویی و تلویزیونی

اداره کل بازرگانی

تاریخ اجراء: ۱۴۰۰/۰۱/۰۱

فهرست

عنوان.....	صفحه.....
مقدمه	۲
تعاریف	۴
کلیات	۷
فصل اول: موازین شرعی	۱۰
فصل دوم: موازین اجتماعی و عرفی	۱۲
فصل سوم: حقوق مخاطبین و مصرف کنندگان کالا	۱۶
فصل چهارم: حقوق و وظایف صاحب کالا و خدمات	۱۹
فصل پنجم: حقوق و ضوابط سازمان صدا و سیما	۲۱
فصل ششم: حقوق صاحبان آگهی به عنوان یک اثر هنری	۲۳
فصل هفتم: صیانت از زبان، گفتار و نوشتار فارسی	۲۵
فصل هشتم: ضوابط استفاده از موسیقی در آگهی	۲۸
فصل نهم: مقررات مربوط به زیرنویس	۳۰
مجوزها	۳۲

مقدمه

آگهی تبلیغاتی در سازمان صدا و سیما ماهیتاً برنامه رادیویی یا تلویزیونی‌ای است که علی‌رغم مدت کوتاه، هدف بلند مدتی را دنبال کرده و تأثیر عمیق و گسترده‌ای بر مخاطبان خود دارد. گرچه جذابیت هرچه بیشتر این آثار هنری کوچک که نشان‌دهنده درک عمیق هنری، اندیشه توانا و خلاقیت ذهنی سازندگان آنهاست، امر مطلوبی است اما دقت در ساخت آنها بگونه‌ای که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی و اصول اعتقادی جامعه نیز در آنها حفظ و تقویت شود اولویت ویژه دارد زیرا به دلیل دامنه گسترده آگهی‌ها و تأثیر آن بر مخاطبین، بی‌توجهی به ارزش‌های یادشده می‌تواند ضایعه فرهنگی جبران‌ناپذیری در پی داشته باشد.

این مجموعه ضوابط و مقررات براساس رویکردهای زیر تهیه و تدوین شده است:

- رعایت موازین قانونی، اجتماعی و عرفی کشور

- حفظ حقوق رسانه ملی

- حفظ حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات

- مصنفان آثار موسیقایی

- صیانت از زبان فارسی

امید است صاحبان محترم کالاها و خدمات و تولیدکنندگان آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی در هنگام ساخت تیزرهای تبلیغاتی خود معیارها و ضوابطی را که در این مجموعه گرد آمده مورد توجه قرار دهند.

اداره کل بازرگانی

سازمان صدا و سیما

تعاریف

ماده ۱- آگهی بازرگانی

معرفی کالاها یا خدمات از طریق طراحی، آماده‌سازی، تولید و پخش از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و یا رسانه‌های مجازی متعلق به سازمان صداوسیما، با هدف اطلاع‌رسانی به مخاطبان و با استفاده از عناصری مانند: صدا، تصویر، موسیقی، نور، رنگ و جلوه‌های ویژه.

ماده ۲- صاحب آگهی

اشخاص حقیقی یا حقوقی (اعم از خصوصی و دولتی) که به منظور معرفی کالاها یا خدمات خود، ضمن پذیرش اصول و ضوابط اداره کل بازرگانی اقدام به سفارش و پخش آگهی از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما می‌نمایند.

ماده ۳- شرکت همکار

شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی دارای مجوز رسمی فعالیت تبلیغاتی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که ضمن قبول ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی، برای انجام یکی از فعالیت‌های زیر اقدام به عقد قرارداد همکاری می‌کنند:

الف- تهیه و تنظیم تبلیغات بازرگانی: برنامه‌ریزی و مدیریت تهیه و تنظیم تبلیغ و هم‌چنین تحقیق و بررسی درخصوص نتایج تبلیغات بازرگانی انجام شده و اثرات آن، اصلاح و تکمیل برنامه‌های تبلیغاتی برای تکرار در دوره‌های بعد.

ب- مشاوره در تبلیغات بازرگانی: ارائه مشاوره به صاحبان کالاها و خدمات در زمینه بازاریابی با مقدماتی مانند شناخت کالا و مشتریان آن‌ها، مخاطبان تبلیغ، انتخاب شیوه‌ها و رسانه‌های مناسب و تعیین بودجه تبلیغاتی مورد نیاز.

ج- اجرای تبلیغات بازرگانی: اجرا و نظارت بر اجرای برنامه تبلیغاتی، روابط عمومی و انجام سایر خدمات لازم برای معرفی و فروش کالا یا خدمات.

ماده ۴- موضوع

- ۴-۱ این دستورالعمل مجموعه ضوابط محتوایی تولید آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی است که به پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تأیید معاونت منابع مالی و سرمایه انسانی و در راستای تطبیق با مجموعه قوانین حاکم بر سازمان صداوسیما تهیه و تدوین شده است.
- ۴-۲ 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، در کنار مفاد این دستورالعمل ضروری است.
- ۴-۳ تفسیر مواد این دستورالعمل و نیز ارائه نظرات مشورتی در مورد آنها صرفاً برعهده اداره کل بازرگانی صداوسیماست که موظف است بر رعایت کامل این دستورالعمل نظارت نموده و از پخش آگهی‌های مغایر با آن جلوگیری کند.
- ۴-۴ رعایت این دستورالعمل برای پخش آگهی از تمامی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما اعم از سراسری، استانی، برون مرزی و بین‌المللی الزامی است.
- ۴-۵ مفاد این دستورالعمل انواع آگهی‌ها اعم از مستقیم و غیرمستقیم (آگهی‌های درون برنامه‌ای و برنامه‌های مشارکتی) را شامل می‌شود.
- ۴-۶ رعایت ادب اجتماعی و احترام به آحاد افراد جامعه (زن، مرد و کودک) در تولید تمامی آگهی‌ها الزامی است.
- ۴-۷ هر نوع تحقیر آداب و رسوم، سنن، گویش‌ها و لهجه‌های اصیل اقوام ایرانی به هر شکل و صورتی در تولید آگهی‌ها ممنوع است.
- ۴-۸ خدشه‌دار نمودن دین مبین اسلام و اهل سنت و ادیان رسمی و شناخته شده کشور به هر شکل و صورتی ممنوع است.
- ۴-۹ استفاده از تصاویر حضرت امام خمینی^(ه) و مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) و رؤسای سه قوه در آگهی‌ها مستلزم رعایت شأن و جایگاه والای آنان و ارائه مجوز کتبی است. پخش تصاویر سایر مقامات در آگهی، بدون تأکید خاص بلامانع است.
- ۴-۱۰ استفاده از پرچم و نقشه کشور جمهوری اسلامی ایران صرفاً به صورت کامل و همراه با نام «الله» و تمامیت ارضی کشور و با قید نام (خلیج فارس، دریای خزر، ابوموسی، خارک و ...) مجاز است.
- ۴-۱۱ با توجه به اولویت تولیدات داخلی در تبلیغات، هیچ آگهی‌ای نباید تلویحاً یا تصریحاً برتری کالای خارجی بر تولیدات داخلی را القا نموده یا کیفیت تولیدات داخل را در سطحی پایین‌تر از تولیدات خارجی نمایش دهد.

- ۴-۱۲ کالاهایی که پس از طی مراحل قانونی و کسب مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح وارد کشور می شوند، در صورت رعایت تمام مواد این آیین نامه مجاز به پخش تبلیغ از صدا و سیما هستند.
- ۴-۱۳ صاحبان کالا و خدمات و تولید کنندگان موظفند آگهی‌های خود را با رعایت کامل ضوابط و مقررات این دستور العمل تولید نمایند و برای هرگونه تخلف یا شکایت اشخاص حقیقی یا حقوقی به هر شکل، منفرداً و مجتمعاً پاسخگو هستند.
- ۴-۱۴ برای موضوعات جدید و یا بروز اشکالات یا ابهامات احتمالی در ساخت آگهی‌های تبلیغاتی توسط کانون‌های تبلیغاتی یا صاحبان کالا و خدمات، اداره کل بازرگانی رأساً پاسخگوست.
- ۴-۱۵ کانون‌های تبلیغاتی یا صاحبان کالا و خدماتی که قصد دارند آگهی‌ای با سناریویی بر گرفته از یک اثر خاص داخلی یا خارجی بسازند، باید نسخه‌ای از فیلمنامه مصور (استوری بورد) مورد نظر را به همراه اصل اثر به اداره کل بازرگانی ارائه نموده و پس از تأیید اقدام به ساخت نمایند در غیر این- صورت مجوز پخش صادر نخواهد شد.
- ۴-۱۶ چنانچه آگهی ساخته شده ظاهراً مغایرتی با مواد این دستورالعمل نداشته باشد ولی پس از پخش موجب ضرر و زیان و خسارتی به اشخاص ثالث شود که ناشی از تقصیر و تخلف تولیدکننده یا صاحب کالا و خدمات باشد، اشخاص مذکور به ترتیب مسئولیت، موظف به جبران خسارات وارده خواهند بود.

ماده ۵- موازین شرعی

- ۵-۱ استفاده از آیات قرآن مجید در آگهی‌های تجاری صرفاً در موارد خاص و با مجوز اداره کل بازرگانی (شورای بازرگانی و باز شنوایی) مجاز است.
- ۵-۲ استفاده هم‌زمان از موسیقی با قرائت قرآن مجید ولو بصورت صدای زیرین ممنوع است.
- ۵-۳ تناسب استفاده هم‌زمان از موسیقی با نمایش آیات، اذان و مناجات الزامی است.
- ۵-۴ طرح و ترویج خرافات و رفتارهای خرافه‌برانگیز و خلاف سنن اسلام و عرف معمول جامعه اسلامی ایران ممنوع است.
- ۵-۵ نمایش یا تداعی هرگونه تماس بدنی عمدی و غیر عمدی بین زن و مرد در آگهی ممنوع است.
- ۵-۶ هرگونه بدحجابی و عدم رعایت حد مجاز شرعی (نشان دادن گردن و یا موی سر خانم ها، لباس تنگ و کوتاه و...) ممنوع است.
- ۵-۷ آرایش بازیگران یا غیربازیگران زن یا مرد در تیزرهای تبلیغاتی ممنوع است اما استفاده از فن برای جلوگیری از انعکاس نور بر روی صورت بازیگران بلامانع است.
- ۵-۸ نمایش ناخن‌های بلند و لاک‌زده و زیورآلات غیر مرتبط با موضوع آگهی ممنوع است.

- ۵-۹ نمایش مجسمه عریان، نیم‌تنه یا تصویر انسان عریان در آگهی ممنوع است.
- ۵-۱۰ نمایش هنر نو حرکات موزون در آگهی ممنوع است.
- ۵-۱۱ استفاده از آرم و نشان تجاری صاحبان کالا و خدمات در خارج از کادر، ذیل و انتهای تصویر بلامانع است.

ماده ۶- موازین عرفی و اجتماعی

- ۶-۱ هر نوع بی‌احترامی مستقیم یا تلویحی به مفاخر تاریخی و میراث فرهنگی و اجتماعی در آگهی ممنوع است.
- ۶-۲ تحقیر آداب و رسوم و سنن اصیل ایرانی به هر شکل در آگهی ممنوع است.
- ۶-۳ در آگهی‌ها ترویج و تبلیغ آرایش و پوشش خلاف عرف جامعه (آستین بسیار کوتاه، خال کوبی و ...) برای مردان مجاز نیست.
- ۶-۴ در آگهی استفاده از پوشش و لباس‌های منقوش به نشانه‌ها، تصاویر نامتعارف و نوشته‌های بیگانه مجاز نیست.
- ۶-۵ نمایش کلوزآپ و اکستریم کلوزآپ بانوان در آگهی‌ها مجاز نیست.
- ۶-۶ آگهی نباید موجب ترویج رفتارهای خلاف قانون (مانند عدم رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی و ...) شود.
- ۶-۷ آگهی نباید باعث رنجش تمام، بخشی از افراد یا طبقات خاصی از جامعه شود.
- ۶-۸ استفاده از لوازم صحنه و نوع چیدمان آنها باید متناسب با کالای مورد تبلیغ بوده و از تجمل‌گرایی صرف پرهیز شود.
- ۶-۹ نمایش تصاویر ورزشی در آگهی با استفاده از لباس‌های خاص آن رشته ورزشی صرفاً با رعایت شئون اسلامی مجاز است.
- ۶-۱۰ استفاده از صحنه‌های حاوی استعمال دخانیات و موارد مشابه دیگر که به ضرر سلامت انسان بوده یا اعتیادآور باشند و ترویج تصریحی و تلویحی آنها ممنوع است. اما گیاه‌های بهداشتی حاوی اطلاع‌رسانی مضرات دخانیات، مواد مخدر و ... از این امر مستثنی است.
- ۶-۱۱ آگهی نباید وحشت و خشونت را القاء کند.
- ۶-۱۲ نمایش حضور سگ، گربه و خوک در کنار خانواده مجاز نیست. این امر در مورد سایر حیوانات و در حد عرف جامعه بلامانع است.
- ۶-۱۳ نمایش هنر نو حیوان‌آزاری به منظور ترغیب موضوع ممنوع است.
- ۶-۱۴ تبلیغاتی که نمایش دهنده یا مروج تخریب محیط زیست انسان، جنگل‌ها، مراتع و منابع طبیعی و زیستگاه‌های طبیعی جانوران باشد ممنوع است.

- ۶-۱۵ نمایش رفتارهای منفی و ناهنجار در خانواده مانند توهین، تمسخر و بی‌احترامی به یکدیگر به خصوص به والدین و بزرگترها در آگهی مجاز نیست.
- ۶-۱۶ نمایش صحنه‌های ضرب و شتم و کتک‌کاری درون خانواده و یا جامعه در آگهی مجاز نیست.
- ۶-۱۷ برای حفظ کرامت زن، نمایش تصاویر او در آگهی نباید هدف تبلیغ قرار گیرد.
- ۶-۱۸ نمایش زن و مرد در کنار یکدیگر چنانچه مبین رابطه خانوادگی بوده و مفهوم غیراخلاقی و غیرشرعی را تداعی نکند، بلامانع است.
- ۶-۱۹ آگهی نباید موجب بدآموزی کودکان شده یا آنها را وادار به انجام کارهایی کند که در عرف جامعه پذیرفتنی نیست.
- ۶-۲۰ آگهی نباید باعث تمسخر یا استهزای کودکان برای خریدن کالا یا بی‌اطلاعی از محصول شود.
- ۶-۲۱ نمایش خرید کردن کودکان بدون حضور والدین و افراد آشنا مجاز نیست.
- ۶-۲۲ کودکان نباید در مکان‌های ناآشنا و خطرناک و در حال همراهی با افراد غریبه نشان داده شوند.
- ۶-۲۳ محتوای آگهی نباید موجب تشویق کودکان به انجام رفتارهای مخاطره‌آمیز مانند بازی با کبریت، بنزین، لوازم برقی، چرخ گوشت، وسایل برنده و خطرناک و استفاده از دارو بدون حضور والدین شود.
- ۶-۲۴ کودکان نباید در حال استفاده از مواد ضدعفونی‌کننده، سمی، بیهوش‌کننده و خواب‌آور یا هر شرایطی که به اقتضای سن آنان خطرناک است، نمایش داده شوند.
- ۶-۲۵ نمایش کودکان در صحنه‌ی آتش‌سوزی به همراه آتش‌نشان، امداد‌رسان یا والدین کودک الزامی است.
- ۶-۲۶ استفاده از کودکان خیلی چاق برای القای سلامت بخش بودن یا انرژی‌زا بودن مواد غذایی مورد تبلیغ در آگهی مجاز نیست.

ماده ۷- حقوق مخاطبان و مصرف‌کنندگان کالا و خدمات

- ۷-۱ اطلاع مصرف‌کننده از ویژگی‌های محصول حق اوست؛ بنابراین هرگونه فریب مخاطب در مورد کالای مورد تبلیغ یا تحقیر، تخریب و نفی کالای رقیب ممنوع است.
- ۷-۲ 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.
- ۷-۳ در صورت نیاز به تمدید مدارک مذکور، اداره کل بازرگانی در ازای اخذ تعهد کتبی از صاحب کالا یا کانون تبلیغاتی، حداکثر ۲ ماه برای ارائه مدارک تمدید شده به آنان فرصت خواهد داد.

- ۷-۴ صاحبان آگهی فقط می‌توانند ویژگی‌های مستند کالای خود را نمایش دهند و از مقایسه تصویری میان کالای خود و کالای رقیب (بصورت بسته، باز و یا تلویحی) خودداری کنند.
- ۷-۵ لازمه پخش آگهی مربوط به اوراق مشارکت، فروش سهام، هدایای بانک‌ها، پیش‌فروش کالاها و خدمات و موارد مشابه، ارائه مدارک لازم و مجوز مراجع ذیصلاح است.
- ۷-۶ استفاده مستقیم یا تلویحی از صفت تفصیلی و یا عالی (تر و ترین) در آگهی مجاز نیست مگر این صفات در مقایسه حال حاضر کالا با گذشته‌اش به کار رود و یا مستند به مدارک باشد.
- ۷-۷ تولیدکننده یا صاحب آگهی برای اعلام هدایا و یا تخفیف کالای خود باید قبلاً تأیید مراجع ذیصلاح را دریافت و ارائه کرده، ضوابط موضوعی صدا و سیما را نیز بپذیرد.
- ۷-۸ انتشار آگهی‌های مربوط به فروش کالا یا خدمات از طریق قرعه‌کشی، صرفاً زمانی مجاز است که:
الف: آگهی دهنده، مطابق ضوابط قرعه‌کشی مندرج در مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی-های بازرگانی اقدام به برگزاری مراسم قرعه‌کشی نماید.
ب: برای شرکت در قرعه‌کشی هیچ وجهی از متقاضیان دریافت نشود.
ج: بهای کالا یا خدمت و نحوه واگذاری و دفعات اقساط و سایر شرایط، دقیقاً در متن آگهی مشخص و روشن اعلام شود.
- ۷-۹ صاحب آگهی مکلف است تاریخ قرعه‌کشی را بیش از ۵ نوبت در آگهی‌های تبلیغاتی خود اطلاع‌رسانی نماید.
- ۷-۱۰ در نمایش تصاویری از مشاغل مختلف جامعه، بازیگران باید علاوه بر ملبس بودن به لباس مناسب هر شغل، تجهیزات ایمنی لازم را نیز به کار برند.
- ۷-۱۱ استفاده از کارشناسان آزمایشگاه‌های غیرپزشکی ملبس به لباس سفید مشروط به نمایش نام و نشان تجاری شرکت ذیربط بر روی سینه لباس به شکلی قابل رؤیت برای مخاطبان بلامانع است.
- ۷-۱۲ استفاده از پزشکان در آگهی ممنوع است.
- ۷-۱۳ نقل قول از منابع علمی برای ادعاهایی که از سوی منابع موثق ذیربط تأیید نشده باشد مجاز نیست.
- ماده ۸- حقوق و وظایف صاحبان کالا و خدمات**
- ۸-۱ استفاده از نام‌های خارجی برای کالای ایرانی ممنوع است.
- ۸-۲ صاحب کالا می‌تواند در آگهی، مدارکی را که برای رعایت کیفیت محصول خود دریافت کرده (گواهی استاندارد، بهداشت، کیفیت، حقوق مصرف‌کننده و ...) به اطلاع مصرف‌کنندگان برساند.
- ۸-۳ استفاده از استانداردهای خارجی در آگهی در صورت تأیید از سوی مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مجاز است.

- ۸-۴ برگ سبز گمرکی برای کالای خارجی به منزله داشتن استانداردهای لازم است.
- ۸-۵ صاحب کالا و خدمات می‌تواند توانایی خود را در صادرات کالا به شرط تأیید از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت را به اطلاع مخاطبان داخلی برساند.

ماده ۹- حقوق و ضوابط صداوسیما

- ۹-۱ تمام اختیارات، مسؤلیت‌ها و سیاست‌گذاری‌های مربوط به پذیرش و پخش تبلیغات بازرگانی و اجرای این ضوابط و مقررات بر عهده معاونت منابع مالی و سرمایه انسانی است.
- ۹-۲ اداره کل بازرگانی آگهی‌های مغایر با مفاد این مقررات را برای رفع اشکال به صاحب کالا یا شرکت تبلیغاتی مربوطه عودت خواهد داد.
- ۹-۳ بدون کسب مجوز استفاده از نام و یا بخشی از برنامه‌های تولیدی و یا زنده شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی یا بازسازی آن صحنه در آگهی ممنوع است.
- ۹-۴ استفاده از آهنگ‌ها و آثار موسیقایی متعلق به سازمان صداوسیما در آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی بدون مجوز اداره کل بازرگانی مجاز نیست.
- ۹-۵ کیفیت فنی آگهی (صوتی و تصویری) باید مطابق استانداردهای سازمان صدا و سیما باشد.
- ۹-۶ اداره کل بازرگانی مجاز است در هر مقطعی که متوجه مغایرت آگهی با ضوابط این مقررات شود، شناسه آن را باطل نموده و خواستار رفع اشکال آن توسط صاحب آگهی یا کانون تبلیغاتی شود.
- ۹-۷ سازندگان آگهی چنانچه قصد استفاده از صدا و تصویر چهره‌های شاخص برنامه‌های صداوسیما را در آگهی خود داشته باشند لازم است قبلاً مجوز لازم را از اداره کل بازرگانی صدا و سیما اخذ نمایند.

تبصره ۱: استفاده از افرادی که به صورت منظم 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 صدا و سیما استفاده شده باشد، در زمان‌های نزدیک به برنامه آن چهره‌ها حسب مورد با اخذ مجوز از اداره کل بازرگانی میسر می‌باشد.

ماده ۱۰- حقوق صاحبان آگهی به عنوان یک اثر هنری

- ۱۰-۱ در راستای حفظ حقوق معنوی سازنده آگهی رادیویی و تلویزیونی به‌عنوان یک اثر هنری، لازم است آگهی شناسنامه داشته باشد، شامل نام کارگردان، فیلمنامه‌نویس، آهنگساز، گوینده، شاعر و ...
- ۱۰-۲ صاحب آگهی باید ضمن درج شناسنامه اثر در آگهی، یک نسخه آن را به اداره کل بازرگانی تحویل دهد.
- تبصره ۳: مسؤلیت صحت مندرجات شناسنامه آگهی برعهده سازنده (شرکت تبلیغاتی یا صاحب کالا و خدمات) است.

۱۰-۳ در صورتی که صاحب کالا یا خدمات حقوق مادی و معنوی اثر را خریده باشد، صاحب آگهی شناخته می‌شود. در غیر این صورت حقوق مادی و معنوی آن متعلق به شرکت تبلیغاتی سازنده آگهی است و استفاده از تمام یا بخشی از آن (موسیقی، فیلمنامه، شعر، دکور و ...) از سوی سایرین صرفاً با ارائه مجوز کتبی از سوی صاحب اثر میسر است.

ماده ۱۱- صیانت از زبان، گفتار و نوشتار فارسی

- ۱۱-۱ صاحب آگهی موظف است نام و نشان کالای خود را به ثبت برساند.
- تبصره ۴: در نگارش نام و نشان کالاهای خارجی، تولید مشترک و تحت لیسانس، درصد نوشته‌های فارسی به لاتین باید ۷۰ به ۳۰ باشد.
- ۱۱-۲ استفاده غلط از واژگان فارسی در آگهی مجاز نیست.
- ۱۱-۳ زبان آگهی باید قابل فهم و روان باشد. استفاده از گفتار محاوره‌ای در صورتی مجاز است که به زبان فارسی آسیب نرساند.
- ۱۱-۴ اشعار آگهی‌های آهنگین باید از نظر قافیه، وزن و ردیف از استحکام کافی برخوردار باشد.
- ۱۱-۵ لازم است دستور و قواعد زبان فارسی در نوشته‌های آگهی‌ها کاملاً رعایت شود. استفاده از الفباء، اعداد و نشانه‌های زبان بیگانه در آگهی به جز نشانه‌ی محصول ممنوع است.
- ۱۱-۶ استفاده از واژه‌ها و اصطلاحات بیگانه منوط به اخذ مجوز از ثبت علائم و نشان‌های تجاری است که مطابق تعرفه موضوعه محاسبه خواهد شد. در تمام آگهی‌ها استفاده از واژه‌هایی که فرهنگستان زبان و ادب فارسی برای آن‌ها معادل فارسی اعلام کرده و رایج شده، ضروری است.
- ۱۱-۷ نام کالای داخلی باید در فرهنگ‌های لغات معتبر فارسی (مانند دهخدا، عمید، معین و ...) معنی‌دار بوده یا نام مکانی خاص قید شده در آن فرهنگ‌ها باشد در غیر این صورت برابر با تعرفه‌های موضوعه ضوابط محاسبه خواهد شد.
- تبصره ۵: کاربرد نام محلی در صورت ثبت در فرهنگ‌های رسمی و با ذکر معنی آن بلامانع است مشروط بر آنکه آن نام در زبان فارسی معنای غیر متعارف نداشته باشد.
- تبصره ۶: استفاده از نام‌های اختصاری و مقطّع اعم از معنی‌دار و بی‌معنی به شرط آنکه املائی کامل آن معنی‌دار باشد بلامانع است.
- ۱۱-۸ در آگهی، عناوین، نام‌های سیاسی و جغرافیایی و نشانه‌های طبیعی باید عیناً مطابق موارد رسمی اعلام شده از سوی مراجع ذیربط کشور بکار رود. (مانند خلیج فارس به جای خلیج).
- ۱۱-۹ نشانی‌ها (مانند نشانی پستی) در گفتار و نوشتار آگهی باید کامل و قابل فهم اعلام شوند.

۱۰-۱۱ استفاده از نام‌های اقوام ایرانی (کردی، لری، آذری، ترکمن و ...) در آگهی چنانچه در فرهنگ لغات معتبر آن قوم درج شده باشد بلامانع است.

تبصره ۷: استفاده از زبان، گویش و یا لهجه‌های اقوام مختلف ایرانی (کردی، آذری، لری، ترکمن و ...) به شرط آن‌که معنای فارسی آن زیرنویس شده باشد مجاز است.

ماده ۱۲- ضوابط استفاده از موسیقی در آگهی

۱۲-۱ استفاده از موسیقی تولیدی و مختص آگهی‌های دیگر صاحبان کالا و خدمات بدون اخذ و ارائه موافقت کتبی آنان مجاز نیست.

۱۲-۲ از سرود رسمی کشور نباید در آگهی استفاده شود مگر این‌که ضرورت آن از جانب مقام ذیصلاح (مانند آگهی افتتاح پروژه‌های ملی) تأیید شود.

۱۲-۳ در آگهی‌ها استفاده از تک‌خوانی خانم‌ها و یا موسیقی همراه با همخوانی آنها (کر) به نحوی که صدای خانم‌ها در آن غلبه داشته باشد مجاز نیست.

۱۲-۴ استفاده از موسیقی شش و هشت و موسیقی‌های مبتذل در آگهی ممنوع است.

۱۲-۵ موسیقی آگهی باید متناسب با تصویر و محتوای آن ساخته شود؛ به عبارت بهتر، مضمون، فرم و محتوا باید با یکدیگر همخوانی داشته باشند.

۱۲-۶ توصیه شورای موسیقی به سازندگان موسیقی، ساخت موسیقی اصلی و ابتکاری (original) و نه اقتباسی است؛ از موسیقی اقتباسی (بدون هیچ‌گونه تغییر از سوی سازنده موسیقی) کمتر استفاده شود.

۱۲-۷ ساخت موسیقی به همراه کلام، نیازمند مطالعه‌ی پیوند صحیح کلام با موسیقی است؛ یعنی بهترین شکل تلفیق و تقطیع کلام با موسیقی طوری که هم معنی قابل فهم داشته باشد و هم از دید زیبایی شناسی جذابیت شنیداری داشته باشد.

۱۲-۸ استفاده از موتیف‌ها و انگاره‌های موسیقی نواحی و موسیقی ایرانی که از نظر شنیداری و خاطره‌سازی با ذهن شنونده ایرانی پیوندی دیرینه دارد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بعضی از محصولات در مناطقی از ایران معروفند و آن منطقه را با این محصولات می‌شناسند، لذا توصیه می‌شود، متناسب با فضای آگهی از ظرفیت‌های موسیقی نواحی استفاده شود که البته همراه با واریاسیون روی تم یا دگرگونی تم جذابیت بیشتری خواهد داشت.

۱۲-۹ استفاده و بازآفرینی موسیقی‌های خارجی، معروف و شناخته شده حتما باید در شناسنامه اثر قید گردد زیرا احتمال تعارض محتوای بعضی موسیقی‌ها با فرهنگ ایرانی وجود دارد (در اینصورت پخش آن از رسانه ملی، امکان پذیر نخواهد بود).

۱۲-۱۰ موسیقی‌هایی که از نظر فنی ناکوک باشند، غیر حرفه‌ای (آماتوری) اجرا شده باشند یا اجرای خواننده و نوازنده آن ضعیف باشد یا کیفیت لازم در ساخت، اجرا و مراحل صدابرداری حفظ نشده باشد برای اخذ شناسه آگهی واجد شرایط نیست.

۱۲-۱۱ ترجیح دارد در آگهی‌ها از موسیقی‌های ایرانی و محلی و آثاری که شأن پخش در مناسبت‌های آیینی و ملی و دینی داشته و جزء حافظه تاریخی جمعی و میراث شنیداری موسیقی این سرزمین محسوب می‌شوند استفاده نشود تا شأن موسیقی و منزلت محتوایی آن حفظ شود.

۱۲-۱۲ آثاری که به جهت تألیف، اصلی و ابتکاری (اورژینال) و دارای شاخص‌های ویژه‌سازی موسیقی و جذابیت‌های موسیقایی باشند، مورد تشویق اداره کل بازرگانی قرار خواهند گرفت.

ماده ۱۳- مقررات مربوط به زیرنویس

۱۳-۱ نوشته زیرنویس باید ساده، گویا و کوتاه باشد.

۱۳-۲ استفاده از متن محاوره‌ای در زیرنویس مجاز نیست.

۱۳-۳ به منظور رعایت شیوه خواند زبان فارسی، نگارش کلمات زیرنویس باید از چپ به راست باشد.

۱۳-۴ سرعت حرکت زیرنویس باید به اندازه‌ای باشد که مخاطب بتواند آن را بخواند.

۱۳-۵ پس‌زمینه (بک‌گراند) زیرنویس باید ساده باشد.

۱۳-۶ زیرنویس باید حداکثر یک هشتم ارتفاع تصویر تلویزیونی را در برگیرد.

۱۳-۷ حداکثر مدت زمان پخش زیرنویس در صفحه تلویزیون ۱۵ ثانیه است اما افزایش آن با رعایت ضوابط میسر است.

۱۳-۸ استفاده از گرافیک تصویری در زیرنویس فقط برای نام و شعار محصول در انتهای آن مجاز است.

ماده ۱۴- مجوزها

۱۴-۱ برای آگهی‌های مربوط به خواص مواد غذایی، آشامیدنی، بهداشتی و آرایشی، طبق مقررات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اخذ و ارائه مجوز از آن وزارت‌خانه الزامی است.

تبصره ۸: تبلیغ در مورد خواص داروها ممنوع است مگر طبق ضوابط ماده ۵ قانون مربوط به مقررات پزشکی و دارویی و مواد خوراکی و آشامیدنی مصوب سال ۱۳۳۴.

۱۴-۲ تبلیغ فیلم‌های سینمایی، داستانی و ... نیازمند اخذ مجوز از ریاست محترم سازمان صداوسیما یا معاون منابع مالی و سرمایه انسانی است که برای حمایت از صنعت سینما تعرفه‌ها و تخفیفات خاص این تبلیغات در تهیه و تدوین ضوابط و مقررات پذیرش و پخش تبلیغات رادیویی و تلویزیونی هر سال پیش‌بینی می‌شود.

۱۴-۳ تبلیغات کالاها و محصولات که طبق تبصره ۴ ماده ۶ قانون اصلاح قوانین و مقررات سازمان ملی استاندارد ایران اجرای استاندارد در مورد آنها اجباری اعلام شده، منوط به اخذ و ارائه پروانه کاربرد علامت استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران است و شرکت‌ها یا کانون‌های تبلیغاتی مکلفند قبل از ساخت تیزر تبلیغاتی به سفارش صاحب آگهی آن را اخذ و ضمیمه مدارک و مستندات آن نمایند.

این مجموعه که در ۱۴ ماده و ۸ تبصره تنظیم و تدوین شده، به استناد بند ۶ از ماده ۲۲ و بند ۵ از ماده ۲۱ قانون اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی شماره ۱۱۰۰ / ۳۰۱۹ مورخ ۸۳/۴/۱ قابل اجراست.