

پیش نویس قانون

# انتظام بخشی نهایش ویدیویی برخط



انجمن صنفی شرکت های نهایش

## ویدئوی آنلاین

Online Video Platform Association

تابستان ۱۴۰۱

## ديباچه

جهان امروز به دو پيكره درهم تنيده مي ماند، پيكره دنياي حقيقي و پيكره جهان مجازي. زيست انسان امروزي بي هيچ يك از اين دو پيكره كامل و مطلوب نيست.

با ورود به قرن بيست و يكم و بهبود زيرساخت هاي اينترنتي كه در دهه ششم قرن بيستم حضور خود را در زندگي آدميان باز كرده بود، امكان توسعه ي VOD ها يا نمايش ويديوي درخواستي را فراهم كرد.

اين خدمت نمايشي تازه بر خلاف تلويزيون سنتي به جاي آنتن يا كابل اشتراك به اتصال اينترنت نياز دارد. از سوي ديگر به كاربرانش اجازه مي دهد تا محتواهاي صوتي/ تصويري را هر زمان كه خودشان خواستند گوش/ تماشا كنند. ويژگي اين سامانه جديد اين است كه به انتخاب و زمان مورد نظر كاربر احترام مي گذارد و آنان مجبور نيستند برنامه هاي مورد علاقه شان را در زمان پخش سراسري تماشا كنند.

رسانه تعاملی VOD یا نمايش ويديويي درخواستي علاوه بر غني سازي اوقات فراغت و توسعه آموزش، فرصتي تازه و متفاوت را براي اشتغال و تبليغ کالا و خدمات فراهم ساخته است.

پيشينه تاريخي نمايش ويديويي به سال ۱۹۹۴ به تلويزيون تعاملی كمبريج باز مي گردد. اين خدمت تازه ويديوها را به ۲۵۰ خانه و تعدادي مدرسه ارايه مي كرد. بعدتر در سال ۲۰۰۰ ميلادي، كدكي با نام MPEG۲۰۰۰ توسعه يافت كه امكان توزيع و انتشار محتوای ويديويي را حجم كمتر و طبيعتاً نياز به پهناي باند و سرعت كمتر ميسر كرد. از اينجا بود كه سرويس هاي نمايشي بر خط گسترش يافت و امكان تازه اي مبتني بر ارائه مخاطب و رونق كسب و كارهاي پيشين را از طريق تبليغات تازه فراهم كرد.

توسعه زيرساخت اينترنتي انتقال و انتشار محتوا فرصت تاريخي براي ايران است تا از اين نقطه عطف تحول با تكيه بر مزيت نسبي خويش در توليد و پخش محتوا در جايگويي ارزنده اش در نجد ايران و خاورميانه بهره ببرد.

انجمن صنفی نمايش ويديو درخواستي برخط بر اساس ماموريت خود علاوه بر تبين شرايط موجود، طراحي چشم انداز، تنظيم منشور اخلاق حرفه اي كوشيده است تا با تنظيم پيش نويس قانون (لايحه/ طرح) انتظام بخشي نمايش ويديويي برخط و نيز پيش نويس قانون ضوابط تبليغات تجاري و عدالت رقابتي، سهم خويش را در تنظيم و بهبود مناسبات اين جهان رو به گسترش و كسب و كار تازه به انجام رساند.

انجمن صنفی نمايش ويديويي درخواستي برخط

## گزارش وضعیت موجود

### چالش‌ها و موانع

- نبود قانون تنظیم‌گری
- نگاه بدبینانه مسیولان سیاسی ارشد به ظرفیت‌های جهان مجازی و الکترونیک
- رقابت نهاد تنظیم‌گر با فعالان این عرصه
- کمبود و نقصان قوانین حمایت‌کننده از حقوق مادی و معنوی پدیدآورندگان
- ضعف زیرساخت اینترنت انتقال محتوا
- اعمال ممیزی سلیقه‌ای به محتوا بی‌حضور نمایندگان پدیدآورنده
- کم‌توجهی سازمان‌ها و نهادهای دولتی متولی توسعه ارتباطات به توسعه قدرت نرم ایران
- کمبود امکان ارتباطات جهانی برای عرضه و حضور جهانی
- وجود محدودیت‌های غیرشرعی در مناسبات حضور بانوان
- نبود عضویت ایران در پیمان‌نامه برن برای صیانت از حقوق بین‌المللی



## گزارش وضعیت موجود

### توانمندی‌ها و فرصت‌ها

- مرکزیت فرهنگی ایران در میان ملل فارسی زبان
- کانونی بودن ایران فرهنگی در میان ملل خاورمیانه و آسیای میانه
- وجود نیروی انسانی کارآزموده و تحصیل کرده
- پیشینه هم‌تراز جهانی در تولید و نمایش هنر صنعت فیلم
- شناخته شده بودن صنعت فیلم ایران در جهان
- وجود تشکل‌های قدرتمند صنعت فیلم
- گرایش رو به گسترش جهان به سرگرمی در اوقات درخواستی



## چشم انداز، شعار، سیاست‌ها و راهبردهای انجمن صنفی نمایش ویدیویی برخط

### چشم انداز

کانون تولید و نمایش ویدیو درخواستی برخط در سپهر نجد ایران  
(خاورمیانه، قفقاز و آسیای میانه)

### شعار

همگام با نوآوری و فناوری روز، ما خود را در برابر اوقات شما پاسخگو می‌دانیم.

### سیاست‌ها و راهبردهای صنعت نمایش ویدیوی درخواستی برخط (VOD)

- تکریم آدمیان با احترام به حق انتخاب و اعمال مدیریت مشارکتی
- حضور در صحنه جهانی و جایجویی به میزان ظرفیت انسانی و پیشینه فرهنگی
- توسعه و تجهیز زیرساخت انتقال محتوا
- تامین زیرساخت حقوقی انگیزه بخش و تسهیل‌گر
- توسعه ظرفیت‌های حقوقی برای حضور موثر در جهان
- نزدیک شدن به شاخصه‌های جهانی تولید و نمایش با حفظ تمایز فرهنگی
- بهنگام داشتن دانش و مهارت نیروی انسانی



## منشور اخلاق حرفه‌ای

■ انجمن با عملکردی شفاف و قوی می‌کوشد تا نشان دهد که اعضا، تامین‌کنندگان و مشتریان می‌توانند به آن تکیه کنند.

■ با باور به اینکه کار و زندگی اجتماعی نیازمند انضباط و رعایت حقوق دیگران به‌ویژه همکاران است از هرگونه گفتار، عمل و رفتاری که موجب برهم خوردن نظم حرفه‌ای یا کاهش حق برخورداری آنان می‌شود، اجتناب می‌کنیم.

■ انجمن به‌طور مستمر در حال شناخت و یافتن مسایل و نیازهای مشتریان و تامین‌کنندگان است بر همین پایه انجمن می‌کوشد تا در حل مسائل و آسیب‌های عرصه کسب‌وکار با مطالعه، پژوهش و نیازسنجی، ریشه‌یابی کند تا تصمیم‌ها و اقدامش فراتر از رفع علایم کار کند.

■ با باور به حقوق مادی و معنوی آفرینندگان و صاحبان حق، انجمن خود را در هر شرایطی متعهد به رعایت این حقوق می‌داند.

■ ما ضمن احترام به آداب عرفی و اخلاقی، هرگونه فعالیت و کار مشترک را در قالب توافقنامه، مستند ساخته تا مانع کدورت و نزاحمات شویم.



■ با باور به گوهر صنعت سرگرمی توجه اعضای انجمن بر تامین و نمایش محتوای غنی است تا این گونه به مسوولیت اجتماعی خویش در مراقبت از اوقات مردم، وفادار باشد.

■ انجمن آنچه را که برای تحقق و پیشبرد اهداف صنف لازم است را به طور جدی و بی گذشت از همه مراجع و مبادی ذی ربط به طور مدنی پیگیری می کند اگر چه مجادله برانگیز و غریب باشد.

■ فعالیت انجمن در چارچوب قوانین اساسی و موضوعه جمهوری اسلامی است و هم هنگام برای بهبود نگرش مسیولان و وضع قوانین و مقررات سپهر کسب و کارمان از هیچ کوششی دریغ نمی کنیم.

■ انجمن با باور به ضرورت پرسشگری و به چالش کشیدن ضوابط، رویکردها و عملکرد دستگاه های سپهر کسب و کار می کوشد تا به بهبود مناسبات، شیوه ها و مالا در تولید، نمایش و جذب مخاطب موثر باشد.



## پیش‌نویس (طرح/لایحه) انتظام بخشی نمایش ویدیویی درخواستی برخط

در اجرای بندهای ششم، هشتم، نهم، دهم و دوازدهم اصل سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و با باور به اصالت کنش و رفتار مسئولانه آدمی که در گرو مشارکت و انتخاب آزادانه شکل می‌گیرد، پیش‌نویس قانون نظارت و انتظام بخشی رسانه‌های صوت و تصویر انتشار محتوا تقدیم می‌شود.

**ماده یک)** رسانه انتشار محتوا، رسانه‌ای است که محتوای صوتی و تصویری یا ترکیبی را به‌طور مستمر با بیش از شش ماه فعالیت پایدار، در محیط دیجیتال، الکترونیک، مخابراتی یا فضای مجازی با گونه‌های ورزشی، سرگرمی، فیلم سینمایی یا مجموعه تلویزیونی، هنر تجسمی، نمایش و موسیقی با بیش از یکصد هزار کاربر را به‌منظور منفعت مادی در کسب‌وکار به گونه حرفه‌ای برای عموم مردم منتشر می‌کند.

**تبصره:** رسانه‌هایی که از ابزار دیجیتال، الکترونیک و مخابراتی در زمینه اطلاع‌رسانی اخبار، تفسیر، تحلیل و نقد مسایل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی فعالیت می‌کنند یا نقش روابط عمومی دستگاه‌ها و سازمان‌های مختلف، دولتی، عمومی یا خصوصی را بر عهده دارند از شمول این قانون خارج و تابع قانون مطبوعاتند.

**ماده دو)** مسئولیت صدور پروانه فعالیت، نظارت و انتظام بخشی رسانه‌های صوتی و تصویری انتشار محتوا بر عهده‌ی مرکز ملی فضای مجازی است که توسط هیات نظارت و انتظام بخشی فعالیت رسانه‌های موصوف متشکل از رییس مرکز ملی فضای مجازی، ریاست سازمان صداوسیما، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزیر ارتباطات و فناوری، رییس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی، رییس شورای عالی اسلامی استان‌ها، وزیر ورزش و جوانان، دادستان کل کشور، دبیر انجمن کارفرمایی نمایش ویدیویی برخط، نماینده پادکست‌های فعال و دو تن از میان مدیران نهادهای مدنی تولیدکننده محتوا، خانه سینما، خانه موسیقی و خانه تئاتر تشکیل و اداره می‌شود.





**ماده سه)** با هدف تحقق انجام این مأموریت، دبیرخانه نظارت و انتظام بخشی و تدوین مقررات رسانه‌های صوتی تصویری انتشار محتوا ذیل ساختار و تشکیلات سازمان فناوری اطلاعات ایران / رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل و اداره می‌شود.

**ماده چهار)** رییس مرکز ملی فضای مجازی ریاست هیات نظارت، انتظام بخشی و تدوین مقررات رسانه‌های انتشار محتوا را بر عهده داشته و پاسخگوی عملکرد هیات در مجلس شورای اسلامی و سایر مراجع ذیصلاح است.

**ماده پنج)** هیات نظارت و انتظام بخشی رسانه‌های صوتی تصویری انتشار محتوا علاوه بر صدور پروانه فعالیت و تدوین مقررات رسانه‌های صوت و تصویر انتشار محتوا به نقض مقررات، تخلفات و شکایت‌ها و تضییع حقوق اشخاص ثالث در این حوزه را بررسی، رسیدگی و احکام انتظامی را به شرح زیر صادر و اعمال می‌کند:

- تذکر کتبی با درج در پرونده
- تعیین میزان خسارت وارده به اشخاص ثالث با احتساب میانگین نظر سه کارشناسی رسمی دادگستری
- اعمال محدودیت‌های خدماتی و فنی از یک تا شش ماه
- جریمه نقدی از یکصد میلیون ریال تا ده میلیارد ریال
- تعلیق موقت فعالیت از یک ماه تا یک سال
- لغو پروانه فعالیت

**تبصره ۱:** احکام هیات نظارت مانع شکایت و اقامه دعوا اشخاص ذی‌نفع در محاکم صالح نیست.

**تبصره ۲:** هیچ یک از احکام صادره نمی‌تواند در تناقض با قوانین موضوعه باشد.

**تبصره ۳:** لغو پروانه فعالیت نیازمند دو سوم آرای تمامی اعضای هیات نظارت است.



**ماده شش)** انتشار هرگونه محتوایی که حاوی موارد زیر است ممنوع و تخلف محسوب می‌شود:

- ۱- انکار توحید، اهانت به نبی گرامی اسلام، ائمه اطهار، اصحاب و زنان پیامبر و سایر پیامبران توحیدی
- ۲- اهانت و افترا به مراجع، رهبری و مفاخر ملی
- ۳- ترویج نژادپرستی
- ۴- تضعیف همگرایی ملی و یا دامن زدن به اختلافات نژادی، قومی و مذهبی
- ۵- انتشار اسناد و مدارک محرمانه
- ۶- حریم خصوصی اشخاص بدون کسب مجوز کتبی
- ۷- ترویج مصرف مواد مخدر و سایر روانگردان‌ها
- ۸- تحسین کسب درآمد نامشروع و غیرقانونی
- ۹- الفاظ و تصاویر عریان، مستهجن و رکیک
- ۱۰- جزییات قتل و آزار و جنایت که موجب آزار بیننده شود.

**تبصره:** انتشار محتوای صوتی تصویری در باره مفاخر ملی و مذهبی از مصادیق بند شش این ماده نیست.

**ماده هفت)** مرجع تشخیص و تطبیق انتشار محتوای ممنوعه مذکور در این ماده انحصاراً در صلاحیت شورای بازبینی محتوای مقرر در این قانون است.

**تبصره:** در صورت اعلام نهاد صلاحیت‌دار قانونی مبنی بر توقف انتشار محتوایی، موضوع به شورای بازبینی ارجاع و پس از تشخیص و رای این شورا، رسانه صوت و تصویری انتشار محتوا موظف به توقف انتشار و نمایش محتوای مورد نظر است.



**ماده هشت** ) انتشار محتوایی که تخلف از بندهای یک، دو، سه و چهار ماده شش باشد محکوم به پرداخت بیشینه جریمه نقدی و یک سال تعلیق فعالیت می‌شود و در صورت تکرار تخلف موجب لغو مجوز فعالیت می‌شود.

**ماده نه** ) انتشار محتوایی که تخلف از بندهای پنج، شش، هفت و هشت ماده شش باشد، بستگی به احراز سوءنیت، محکوم به پرداخت جریمه نقدی و یا اعمال محدودیت خدماتی و فنی برای مدت از یک تا شش ماه می‌شود.

**ماده ده** ) انتشار محتوایی که تخلف از بندهای نه و ده ماده شش باشد بستگی به احراز سوءنیت، محکوم به پرداخت جریمه نقدی و تعلیق موقت از یک تا شش ماه می‌شود.

**ماده یازده** ) جرایم مالی حاصله از این قانون به حساب خزانه عمومی واریز و به این شرح هزینه می‌شود:

الف) سی درصد از عایدی حاصل از جرایم مالی به وزارت ارتباطات و فناوری به منظور توسعه زیرساخت‌های لازم برای گسترش شبکه اینترنت.

ب) چهل درصد از عایدی حاصل از جرایم مالی به منظور خرید و انتشار محتوای کیفی کم‌اقبال از حیث سودآوری، توسط کمیسیون مرکب از وزرای فرهنگ و ارشاد اسلامی، ورزش و جوانان و صداوسیما.

پ) سی درصد از عایدی حاصل از جرایم به منظور توسعه دسترسی جوانان مناطق محروم به ابزار دیجیتال به وزارت کشور برای توزیع توسط شوراهای شهر و روستاهای مناطق محروم.

**ماده دوازده** ) انتشار هرگونه محتوا در رسانه‌های صوت و تصویر انتشار محتوا تابع قانون حمایت مولفان، مصنفان و هنرمندان است.



**ماده سیزده)** صاحب پروانه فعالیت در اشخاص حقیقی و مدیرعامل و هیات مدیره اشخاص حقوقی، متضامناً مسئول رعایت قانون حمایت مولفان، مصنفان و هنرمندان هستند.

**تبصره:** اشخاص حقیقی و حقوقی دارنده پروانه فعالیت رسانه صوت و تصویری انتشار محتوا لازم است از طرق قانونی نسبت به انتساب حقوق آفرینندگان و صاحبان حقوق مادی و معنوی محتوای قابل انتشار، اطمینان حاصل کنند.

**ماده چهارده)** رسانه‌های صوت و تصویری انتشار محتوا می‌توانند پیش از انتشار محتوا، نبود مغایرت محتوای مورد نظرشان را از شورای بازبینی محتوا استفسار کنند و در صورتی که شورای بازبینی نبود مغایرت محتوا را با قوانین موضوعه اعلام کند و بعداً معلوم شود که محتوا مغایرت داشته است، هیچ مسئولیتی متوجه مسئولان رسانه صوت و تصویری انتشار محتوا نخواهد بود.

**ماده پانزده)** شورای بازبینی محتوا مکلف است بیشینه ظرف یک هفته پس از دریافت محتوا نظرش را به‌طور کتبی و مستند و مستدل به ذی‌نفع اعلام کند.

**ماده شانزده)** شورای بازبینی محتوا با ترکیب زیر تشکیل می‌شود:

- رییس مرکز ملی فضای مجازی یا نماینده تام‌الاختیار وی
- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار وی
- وزیر ورزش و جوانان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- یک تن حقوقدان به پیشنهاد کانون وکلای دادگستری
- یک تن قاضی با ده سال تجربه قضاوت با انتخاب دیوان عالی کشور
- دو تن از استادان دانشگاه به معرفی انجمن‌های علمی علوم انسانی از میان رشته‌های جامعه‌شناسی، روانشناسی، علوم سیاسی، ادیان و الهیات و علوم ارتباطات
- یک تن نماینده مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس شورای اسلامی
- دو تن از میان مولفان و هنرمندان شناخته شده به انتخاب رییس فرهنگستان هنر
- یک تن نماینده نظام صنفی رایانه ای
- دو تن نماینده اصناف تولیدکننده محتوا از میان خانه سینما، تئاتر، موسیقی و پادکست‌ها به انتخاب اصناف موصوف



**ماده هفده)** جلسات شورای بازبینی محتوا با حضور کمیته هفت تن از اعضا رسمیت یافته و رای نهایی با تصویب شش رای معتبر شناخته می‌شود.

**تبصره:** در صورت معرفی نکردن نمایندگان عضو شورای بازبینی، پس از طی سی روز از دریافت درخواست، رییس مرکز ملی فضای مجازی، واجدان صلاحیت این ماده را شخصا انتخاب می‌کند.

**ماده هجده)** در صورت اعتراض ذی‌نفع به مصوبه شورای بازبینی محتوا، متقاضی می‌تواند اعتراض خود را ظرف ده روز از تاریخ ابلاغ با ذکر دلایل به صورت کتبی به شورای عالی بازبینی برای رسیدگی مجدد و اعلام نظر ارسال کند.

**ماده نوزده)** به منظور برخورداری از تمامی ظرفیت‌های انسانی کارشناسانه، شورای عالی بازبینی محتوا با ترکیب زیر تشکیل می‌شود:

- رییس مرکز ملی فضای مجازی یا نماینده تام‌الاختیار وی به عنوان رییس شورا
- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار وی
- رییس فرهنگستان هنر یا نماینده تام‌الاختیار وی
- یک تن قاضی با تجربه ده ساله قضاوت به انتخاب رییس قوه قضاییه
- وزیر ورزش و امور جوانان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- سه تن از میان روسای اصناف محتوایی مربوط (سینما، موسیقی، نمایش، پادکست و...)
- دبیر یا رییس هیات مدیره انجمن صنفی نمایش ویدئویی درخواستی

**ماده بیست)** جلسات شورای عالی بازبینی با حضور پنج تن از اعضا رسمیت یافته و رای نهایی با تصویب کمیته پنج رای معتبر شناخته می‌شود.



**ماده بیست و یک)** رای شورای عالی بازیابی قطعی است و بیشینه ظرف یک ماه مکلف است نظر خود را به ذی نفع به طور مستند و مستدل اعلام کند.

**ماده بیست و دو)** به منظور حفظ حقوق مخاطبان و ایجاد انگیزه برای انتشار محتوای با کیفیت توسط رسانه‌های صوت و تصویری انتشار محتوا، برای آن دسته از محتواهایی که درجه بندی سنی و کیفیت فنی که پیشتر توسط مراجع ذی صلاح نظیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا اصناف مربوطه، تعیین نشده‌اند، شوراهای درجه بندی سنی و درجه بندی کیفیت فنی به شرح زیر تشکیل می‌شود:

**الف)** شورای درجه بندی سنی مرکب از پنج تن استاد دانشگاه با درجه دکتری در رشته‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی، علوم ارتباطات، الهیات و ادیان و علوم سیاسی به انتخاب و معرفی انجمن‌های علمی مربوطه.

**ب)** شورای درجه بندی کیفیت فنی، مرکب از چهار تن از نمایندگان اصناف تولید محتوا (تصویر و صدا و آی‌تی) که توسط انجمن صنفی‌های مربوط انتخاب و دبیر انجمن کارفرمایی نمایش ویدیویی درخواستی.

**ماده بیست و سه)** شوراهای درجه بندی مکلفند بیشینه تا یک هفته پس از دریافت درخواست درجه بندی، نسبت به اعلان نظر خود با ذکر دلیل درجه بندی اقدام کنند.

**ماده بیست و چهار)** شوراهای درجه بندی موظفند تا بیشینه چهار ماه پس از نخستین جلسه خود نسبت به تدوین آیین‌نامه‌های چگونگی درجه بندی سنی و کیفیت فنی اقدام کنند.

**تبصره:** عضویت یک شخص هم‌هنگام در بیش از یکی از شوراهای درجه بندی ممنوع است.



**ماده بیست و پنج) شرایط و ضوابط صدور پروانه فعالیت به متقاضیان تاسیس و اداره رسانه‌های صوت و تصویری انتشار محتوا عبارتست از:**

۱- اعتقاد به مبانی اسلام یا یکی از ادیان شناخته شده در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

۲- دارا بودن تابعیت ایران

۳- داشتن کمینه ۲۵ سال تمام

۴- داشتن برگ پایان خدمت نظام وظیفه یا معافیت پزشکی معتبر

۵- نداشتن سوابق سوءمالی و نداشتن ورشکستگی به تقصیر یا تقلب

۶- نداشتن سوءپیشینه موثر و نداشتن اعتیاد (با تایید مراجع ذیصلاح)

۷- داشتن مدرک تحصیلی کارشناسی در یکی از رشته‌های هنری، ادبیات، آی‌تی، رایانه، مدیریت، علوم ارتباطات یا دارا بودن مدارک مثبت تجربی معادل آن برای مدیریت عامل متقاضیان حقوقی

۸- تایید صلاحیت فنی متقاضی از انجمن صنفی کارآفرینی نمایش ویدیویی درخواستی

**تبصره:** مدیرعامل شرکت یا موسسه انتشار محتوا به هنگام ارائه تقاضا و هنگام اداره موسسه یا شرکت، نباید کارمند رسمی یا پیمانی هیچ‌یک از اداره‌های دولتی، عمومی اعم از لشگری و کشوری باشد.

**ماده بیست و شش) مرکز ملی فضای مجازی موظف است تا بیشینه یک ماه پس از دریافت مدارک و مستندات یاد شده نسبت به صدور پروانه فعالیت متقاضی اقدام کند.**

**ماده بیست و هفت) متقاضیان پروانه فعالیت هم‌زمان با آغاز فعالیت لازم است درخواست و اطلاعات خود را در سامانه برخطی که توسط هیات نظارت تعیین می‌شود، ثبت کنند. متقاضیان تا بیشینه یک سال باید پروانه فعالیت خود را دریافت کنند در غیر این صورت از انجام فعالیت آنها جلوگیری می‌شود.**



**تبصره:** از زمان ثبت نام تا مدت زمان دریافت پروانه تمامی فعالیت‌ها باید در چارچوب قوانین و مقررات دارندگان پروانه باشد و از تمامی حقوق و مسئولیت‌های دارنده پروانه برخوردار و پاسخگو هستند.

**ماده بیست و هشت)** تمامی پروانه‌های صادره پیش از تصویب این قانون که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر شده است معتبر و دارندگان آن مجوزها، بیشینه ظرف یکسال پس از تصویب این قانون مکلفند نسبت به دریافت پروانه فعالیت مبتنی بر این قانون اقدام کنند.





## طرح / لایحه تبلیغات تجاری و عدالت رقابتی

از آنجایی که در جهان امروز ارتباطات تجاری بر پایه اینترنت و فضای مجازی از دروازه‌های کلیدی رونق کسب و کار به‌شمار می‌رود پس حفظ صحت و راستی تبلیغات در این عرصه بیش از پیش ضروری می‌نماید.

آنچه در پی می‌آید مجموعه ضوابطی است به‌منظور پایش و سازماندهی تبلیغات تجاری در رسانه‌های نمایش ویدیویی درخواستی برخط.

### ماده (۱) تعاریف

۱-۱ دبیرخانه: مرکز ملی فضای مجازی

۲-۱ رسانه: شرکت‌های نمایش ویدیویی برخط

۳-۱ تولیدکننده: اشخاص حقیقی و حقوقی که بر اساس قوانین موضوعه می‌توانند محتوای تبلیغاتی تجاری تولید کنند.

۴-۱ محتوای تبلیغات: محتوای تبلیغاتی که خرید یا استفاده از محصولی را ترویج می‌کند.

۵-۱ تبلیغ نامحسوس: گنجاندن نمایش محصول یا نشان تجاری در محتوای نمایشی در ازای دریافت پول یا امکانات یا عوض.

۶-۱ تبلیغ ناخواسته: هرگونه محتوای تبلیغاتی که بدون درخواست مخاطب برای وی نمایش داده یا ارسال شود.

۷-۱ افراد تاثیرگذار: به اشخاص حقیقی گفته می‌شود که عرفاً در سرزمین ایران، شخص شناخته شده در رسانه‌ها محسوب می‌شود.

۸-۱ خدمت پریمیوم: هرگونه خدمتی که به‌صورت رایگان عرضه نمی‌شود و کاربران باید برای برخورداری از این خدمت هزینه بپردازند.

۹-۱ خدمت اشتراک و تبلیغ توامان: خدمتی که علاوه بر دریافت هزینه از کاربر تبلیغ نیز نمایش می‌دهد.

۱۰-۱ شبکه تبلیغاتی: گروه، مرکز یا شبکه‌ای که ارتباط بین تبلیغ‌دهندگان و رسانه را فراهم می‌کند.



**ماده ۲)** محتوای تبلیغات نباید با قوانین موضوعه مغایرت داشته باشد.

**ماده ۳)** تبلیغ هر محصولی که مغایر قوانین موضوعه و شامل موارد زیر باشد ممنوع است:

۱-۳ اهانت و افترا به اقوام، ادیان و لهجه های سرزمینی

۲-۳ تضعیف همگرایی ملی

۳-۳ تبلیغ و استعمال دخانیات، مواد مخدر و روانگردانها

۴-۳ تبلیغ با ساختار یا تشابه با نشان دیگری که موجب گمراهی شود

۵-۳ تبلیغ محصولات بهداشتی و آرایشی در محتواهای کودکان

۶-۳ تبلیغ محتوایی که تهدیدکننده محیط زیست است

۷-۳ استفاده از جملات، اصطلاحات و واژگان خارجی در محتوای تبلیغاتی

**ماده ۴)** تبلیغ محصولات خارجی در صورتی مجاز است که عرضه آن در داخل کشور مشمول ممنوعیت قانونی نداشته باشد.

**ماده ۵)** تبلیغ محتوایی که به گواهی نامه‌ها و اعتبارنامه‌های خارجی اشاره یا استناد می‌شود در صورتی مجاز است که این مستندات توسط مراجع قانونی یا صنفی تایید شده باشند.

**ماده ۶)** در صورتی که سفارش آگهی تبلیغاتی به اشخاص حقیقی یا حقوقی دارای مجوز قانونی برون سپاری شود، مسئولیت سنجش صحت اسناد بر عهده سفارش‌دهنده است.



**ماده ۷)** در صورتی که رسانه خود به طور مستقیم جاذب آگهی تبلیغاتی باشد مسئولیت سنجش صحت اسناد برعهده رسانه است.

**ماده ۸)** مسئول انطباق الزامات قانونی آگهی تبلیغاتی رسانه است.

**ماده ۹)** کیفیت یا پهنای باند اختصاص یافته برای آگهی تبلیغاتی نباید به نحوه غیرمنصفانه بهتر یا بیشتر از پهنای باند یا کیفیت محتوای ارائه شده به کاربر باشد.

**ماده ۱۰)** رسانه مکلف است محتوای تبلیغ تجاری را به نحو روشن و قابل تشخیص برای کاربر معمولی باشد، متمایز کند.

**ماده ۱۱)** در مدل های نمایش تبلیغ تجاری که کاربر مجاز به رد کردن تبلیغ است، رسانه مکلف است از عبارات و نماد هایی روشن که برای کاربر معمولی قابل تشخیص باشد، استفاده کند.

**ماده ۱۲)** رسانه موظف است طول مدت تبلیغ را به صورت لحظه ای به آگاهی کاربر برساند.

**ماده ۱۳)** در خصوص تبلیغات نامحسوس، رسانه مکلف است در انتهای محتوا (تیتراژ پایانی یا مشابه) مشخصات محصول تبلیغ شده را نمایش/صوت به آگاهی مخاطب برساند.

**ماده ۱۴)** ثبت رده سنی در صورتی که محتوای تبلیغ برای کودکان مناسب نیست، ضروری است.



**ماده ۱۵)** هر گونه تبلیغ تجاری در خدمات پرمیوم ممنوع است.

**ماده ۱۶)** در مدل اشتراک و نمایش تبلیغات تجاری توامان، رسانه تا بیشینه مجاز به پخش دو تبلیغ تجاری در ابتدا و یا در انتهای محتوا است و نمایش در بین محتوا ممنوع است.

**ماده ۱۷)** در مدل‌های تبلیغاتی مجاز در حین پخش محتوا، رسانه مکلف است پیش از پخش تبلیغات تجاری در بین محتوا را به آگاهی کاربر برساند.

**ماده ۱۸)** در مدل درآمدی مبتنی بر تبلیغات که کاربر اشتراکی برای محتوا نمی‌پردازند، رسانه موظف است کمینه در قالب گزارش‌های سالانه و به منظور شفافیت مالی، درآمد حاصل از نمایش تبلیغ تجاری را به آگاهی عمومی برساند.

**ماده ۱۹)** برای نمایش تبلیغات تجاری مناسب کودکان، رسانه مکلف است یکبار از والدین در حین نصب یا اشتراک، مجوز دریافت کند و در بازه شش ماهه این مجوز تکرار و تمدید شود.

**ماده ۲۰)** در خدمات اختصاصی برای کودکان، پخش تبلیغات تجاری بزرگسالان مجاز نیست.

**ماده ۲۱)** در محتوای تبلیغاتی مناسب کودکان نباید در صحنه‌های بیرون از خانه، کودک بدون همراه و مراقب باشد.

**ماده ۲۲)** در محتوای تبلیغاتی برای کودکان، نمایش رفتار و موقعیت‌های مخاطره‌آمیز ممنوع است.



**ماده ۲۳)** استفاده از داده و رفتارهای شخصی کاربران برای استفاده تبلیغات هدفمند با دریافت مجوزهای دوره‌ای (کمینه هر شش ماه) مجاز است.

**ماده ۲۴)** در زمان گردآوری اطلاعات کاربران برای تبلیغات هدفمند، رسانه مکلف است اطلاعات زیر را به آگاهی کاربر برساند:

الف) اطلاعات تماس با رسانه و نماینده وی

ب) اهداف مورد نظر از گردآوری اطلاعات و رفتار با جزییات

پ) منافع رسانه از این گردآوری اطلاعات و رفتار

ت) مدت دوره ذخیره اطلاعات

ث) حق طرح شکایت در صورت مغایرت استفاده از بند ب

ج) پیش‌بینی زیرساخت لازم برای حذف اطلاعات در هر زمان که کاربر از این موضوع انصراف دهد.

**ماده ۲۵)** مسئولیت حفاظت از اطلاعات و داده‌های کاربران مستقیماً بر عهده رسانه است.

**ماده ۲۶)** بهره‌گیری از داده‌ها و اطلاعات سایر خدمات مشابه ممنوع و رسانه مجاز به استفاده از اطلاعات و داده‌های کاربر در کمپین‌های مشارکتی با سایر رسانه‌ها نیست.

**ماده ۲۷)** در استفاده از بازاریابی اشخاص تاثیرگذار توجه به ممنوعیت قانونی اشخاص مذکور توسط رسانه باید رعایت شود.

**ماده ۲۸)** در بازاریابی توسط اشخاص تاثیرگذار، علاوه بر اینکه رسانه مکلف است با برچسب و نشانی به مخاطب محتوای تبلیغاتی را اعلام کند، رسانه مسئولیت محتوایی آن، فارغ از اینکه تبلیغات را برون‌سپاری کرده یا خودش تبلیغات را سفارش می‌گیرد، برعهده دارد.



**ماده ۲۹)** رسانه موظف است در صورت برون سپاری جذب تبلیغات تجاری الزام طرفین به قوانین و مقررات موضوعه را درج کند.

**ماده ۳۰)** در صورت درخواست دبیرخانه مرکز ملی فضای مجازی، رسانه مکلف به ارائه گزارش جامع و دقیق درآمد/هزینه تبلیغات است.

**ماده ۳۱)** دبیرخانه مرکز ملی فضای مجازی نسبت به رعایت محرمانه بودن اطلاعات مالی رسانه‌ها متعهد است.

**ماده ۳۲)** هرگونه سوء استفاده از موقعیت مسلط اقتصادی در بازار توسط یک یا چند رسانه مجاز نیست و مصداق‌های سوء استفاده چنین است:

۱-۳۲ تعیین انحصاری قیمت محصول

۲-۳۲ تحدید میزان عرضه

۳-۳۲ ایجاد مانع برای ورود رقیب(ان)

۴-۳۲ مشروط کردن و وابسته سازی در قالب فروش محصول(خرید اجباری)

۵-۳۲ تملک یا ادغام شرکت‌ها به گونه ای که به تملک ۴۵ درصد بازار بیانجامد

**ماده ۳۳)** رسیدگی به دعاوی سوء استفاده از موقعیت مسلط اقتصادی در کارگروه عدالت رقابتی متشکل از پنج عضو به شرح زیر:

نماینده حقوقی دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی، نماینده انجمن صنفی نمایش ویدیویی برخط، نماینده وزارت ارتباطات، نماینده خانه سینما، یک صاحب نظر یا کارشناس منتخب صدا و سیما جمهوری اسلامی

که به مدت سه سال به عضویت کارگروه درمی آیند رسیدگی می شود.

**تبصره:** در صورت احراز تعارض منافع هر یک از اعضا در پرونده مطروحه عضو مذکور مجاز به شرکت در رای گیری نخواهد بود.

**ماده ۳۴)** کارگروه عدالت رقابتی می‌تواند برای رسیدگی به دعاوی مطروحه، تمامی اسناد و مدارک و داده‌های رایانه رسانه‌های را مورد بررسی و مطالعه قرار دهد.

**تبصره:** در صورتی که برای رسیدگی به شکایتی نیازمند استخراج وضعیت بازار باشد تحقیق و بازرسی از تمامی رسانه‌ها ضروری باشد، همه رسانه‌ها ملزم به همکاری با کارگروه عدالت رقابتی هستند.

**ماده ۳۵)** کارگروه عدالت رقابتی مکلف است نسبت به تحقق مصالحه و سازش طرفین بکوشد.

**ماده ۳۶)** در صورت تشخیص کارگروه به احراز تخلف از بندهای سوم، چهارم و پنجم ماده ۳۳ قراردادهای منعقد شده مشمول باطل و رسانه مکلف به اجرای این رای است.

**ماده ۳۷)** در صورت اعتراض هر یک از اطراف در دعاوی به نظریه کارگروه عدالت رقابتی، پس از دریافت نظریه تا حداکثر بیست روز پس از آن می‌توانند به هیات تجدیدنظر درخواست رسیدگی مجدد دهند.

**ماده ۳۸)** هیات تجدید نظر متشکل از سه عضو به شرح زیر خواهد بود که به مدت سه سال فعالیت می‌کنند:

نماینده شعبه رسیدگی کننده به جرایم و تخلفات صوت و تصویر در دادسرای رسانه و فرهنگ، دبیر انجمن صنفی نمایش ویدیوی برخط و دبیر شورای عالی فضای مجازی.

