

**مجموعه ضوابط و مقررات تولید و پخش آگهی بازرگانی در شبکه های بین المللی (غیر فارسی زبان)
سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران**

الف) تعاریف:

- ۱- راد مدیا: نماینده انحصاری پذیرش و پخش آگهی های بازرگانی شبکه های بین المللی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
 - ۲- صاحب آگهی: سفارش دهنده آگهی بازرگانی که صاحب کالا یا خدمات می باشد
 - ۳- نماینده: شرکت یا شخص واسط بین راد مدیا و صاحب آگهی
 - ۴- قرارداد: سند رسمی پخش آگهی بازرگانی در شبکه های بین المللی (غیر فارسی زبان) سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران که به امضای راد مدیا، صاحب آگهی و نماینده می رسد (شامل: مشخصات طرفین، مدت زمان و نحوه پخش آگهی و توافقات مالی)
- * در صورت عدم وجود نماینده، کلیه امور مرتبط با وی عیناً به عهده صاحب آگهی خواهد بود.

ب) تعهدات:

- ۱- مسئولیت محتوای آگهی همواره به عهده صاحب آگهی است.
- ۲- مسئولیت کلیه قراردادها و فعالیتهایی که متضمن تعهدات مالی است، به عهده صاحب آگهی می باشد. بدیهی است راد مدیا در هیچ زمانی تعهدی در قبال اشخاص ثالث نخواهد داشت.
- ۳- صاحب آگهی موظف است غرامت اقدامات، پیگردهای حقوقی، شکایات و مطالبه خساراتی را که به واسطه پخش آگهی، راد مدیا را نزد شخص ثالث تهدید یا بدهکار می نماید، بپردازد.
- ۴- صاحب آگهی اذعان می دارد که کلیه سفارشات و درخواست های کتبی نماینده به منزله سفارشات و درخواست های وی بوده و نسبت به همه آنها متعهد می باشد.
- ۵- هر نوع تغییر در ارکان مدیریتی نماینده، تأثیری در روند اجرای این مفاد نداشته و صاحب آگهی همچنان به تعهدات خود پایبند است.

۶- تغییر نماینده توسط صاحب آگهی، تنها در صورت تسویه حساب طرفین با راد مدیا امکان پذیر است و معرفی نماینده جدید مستلزم عقد قرارداد مجدد با راد مدیا می باشد.

۷- نماینده متعهد می شود کلیه ضوابط و مقررات، صورت حساب ها و سایر مکاتبات ارسالی راد مدیا را بدون کم و کاست به صاحب آگهی ابلاغ نماید و مسئولیت عدم ابلاغ بر عهده وی می باشد.

۸- طرفین قرارداد تحت هیچ شرایطی حق واگذاری حقوق یا مسئولیت های خود، به غیر را ندارند.

۹- صاحب آگهی و نماینده مجاز نیستند ترتیبات برنامه ریزی و جزئیات قرارداد منعقد شده را نزد شخص ثالث افشاء نمایند.

۱۰- این مجموعه ضوابط و مقررات به همراه قرارداد، شامل کلیه توافقات بین راد مدیا، صاحب آگهی و نماینده می باشد و هر گونه توافق کتبی یا شفاهی که پیش از امضای قرارداد بین طرفین موجود بوده است، فاقد اعتبار می باشد. بدیهی است پس از امضای قرارداد هر گونه تغییر، تنها با توافق کتبی که به امضای راد مدیا و صاحب آگهی رسیده است، امکان پذیر می باشد.

۱۱- در صورت وقوع هر گونه حوادث قهری (مانند سیل، زلزله، جنگ و ...) برای طرفین قرارداد که اجرای تمام یا بخشی از آن را مختل نماید، اجرای قرارداد متوقف گردیده و مطابق با میزان خدمات انجام شده، طرفین نسبت به تسویه حساب اقدام خواهند نمود. هر یک از طرفین قرارداد که دچار حوادث قهری می شود می بایست بلافاصله بصورت مکتوب طرف دیگر را مطلع نماید. تشخیص حوادث قهری به عهده مرجع حل اختلاف و داوری (ماده ۱۱ بند ب) می باشد.

۱۲- در صورت بروز اختلاف در مورد نحوه اجرا یا تفسیر هر یک از موارد قرارداد، در صورت انجام مذاکره و عدم دستیابی به توافق، موضوع اختلاف به کمیته ای متشکل از نمایندگان معاونت برون مرزی سازمان صدا و سیما و صاحب آگهی، ارجاع شده و نظر کارشناسی و داوری ایشان برای طرفین قرارداد مورد قبول و لازم الاجرا می باشد.

۱۳- در صورتی که در سیستم مدیریتی یا ترکیب سهام داران صاحب آگهی اتفاقی رخ دهد که راد مدیا تشخیص دهد اعتبار شبکه پخش کننده آگهی خدشه دار می گردد، راد مدیا با اطلاع به صاحب آگهی مجاز به فسخ قرار داد بوده و هیچ مسئولیتی نخواهد داشت.

۱۴- پس از امضای قرارداد، تحت هیچ شرایطی مبلغ پیش پرداخت مسترد نخواهد گردید.

ج) پخش:

۱- برنامه زمان بندی پخش آگهی با توجه به سفارش کتبی نماینده انجام خواهد شد و راد مدیا پس از توافق برنامه زمان بندی با نماینده، کنداکتور پخش آگهی را در اختیار وی قرار خواهد داد.

۲- نماینده موظف است ظرف مدت یک هفته پس از دریافت کنداکتور پخش آگهی، در صورت وجود اشکال، اعتراض خود را کتباً به راد مدیا اعلام نماید تا در صورت تأیید، تغییرات لازم در کنداکتور لحاظ گردد. بدیهی است پس از مدت مذکور، هیچ گونه اعتراضی پذیرفته نخواهد شد.

۳- نماینده موظف است آگهی را به تمام زبانهایی که مقرر است پخش گردد، تهیه نموده و در اختیار راد مدیا قرار دهد. بدیهی است هر گونه هزینه ای در خصوص تولید، کپی برداری یا ترجمه به یک یا چند زبان دیگر (از قبیل دستمزد نویسنده، مترجم، گوینده و ...) یا هر گونه هزینه دیگر در این خصوص، به عهده نماینده می باشد.

۴- نماینده موظف است آگهی را به منظور بازبینی برای راد مدیا ارسال نماید. اعلام نظر در مورد پخش آگهی حداکثر هفت روز کاری پس از تحویل آن صورت می گیرد و در صورت نیاز به اصلاح (اعم از محتوایی یا فنی)، موارد به صورت مکتوب به نماینده اعلام خواهد شد. در هر صورت آگهی تأیید شده می بایست حداقل پنج روز کاری قبل از اولین نوبت پخش به دست راد مدیا رسیده باشد.
* در صورتی که آگهی تأیید شده، در مدت زمان فوق به دست راد مدیا نرسد، راد مدیا نسبت به نوبت های از دست رفته هیچ گونه تعهدی نداشته و صاحب آگهی می بایست هزینه پخش را به طور کامل (حتی برای نوبت های پخش نشده) پردازد.

۵- راد مدیا موظف است کنداکتور هفتگی پخش آگهی و تصویر شاهد (۲۴ ساعته) پخش شبکه مربوطه را جهت اطلاع صاحب آگهی، در اختیار نماینده قرار دهد. بدیهی است تهیه هرگونه گزارش از کنداکتور و یا تصویر شاهد، به عهده نماینده است.

۶- در صورت عدم پرداخت به موقع مبالغ توافق شده در قرارداد، پخش آگهی تا زمان پرداخت متوقف خواهد شد.

۷- در صورتی که تمام یا بخشی از آگهی به دلیل برنامه های پیش بینی نشده، مناسبت های مذهبی و ملی، تراکم برنامه ها، مشکلات فنی و یا خروج کنداکتور شبکه مورد نظر از حالت عادی به دلیل تحولات جهانی و ... پخش نگردد، تاریخ پخش جایگزین توسط راد مدیا به آگهی اختصاص یافته و کتباً به نماینده اعلام خواهد شد.

۸- کنداکتور هر شبکه (اعم از خود برنامه ها و زمان پخش آنها) صرفاً در اختیار تأمین برنامه آن شبکه می باشد و راد مدیا هیچ مسئولیتی در قبال عدم پخش یا تغییر ساعت برنامه ها ندارد.

۹- نماینده می بایست هرگونه اختلاف یا عدم توافق در پخش آگهی را حداکثر ظرف مدت ۳۰ روز از آن رخداد، به صورت مکتوب به اطلاع راد مدیا برساند. قصور در ارائه گزارش مکتوب ظرف این مدت، موجب ابطال هرگونه ادعایی خواهد شد.

۱۰- راد مدیا هیچ گونه تعهد و مسئولیتی در خصوص خسارت یا خرابی مواد آگهی نداشته و نماینده می تواند مواد آگهی را حداکثر ظرف ۳۰ روز پس از اتمام پخش آگهی، با هزینه خود مطالبه نماید و پس از آن هیچ گونه تقاضایی پذیرفته نیست.

۱۱- راد مدیا مجاز به آرشیو کردن آگهی های بازرگانی می باشد.

* اختلاف نظر در موارد فوق، مانع از انجام تعهدات متقابل راد مدیا، صاحب آگهی و نماینده نخواهد بود و هر یک تا تعیین تکلیف نهایی ملزم به اجرای تعهدات خود می باشند.

د) تولید:

صاحب آگهی باید با رعایت کامل این دستور العمل اقدام به تولید آگهی نموده و در صورت اعلام شکایت از سوی اشخاص حقیقی یا حقوقی، شخصاً پاسخگو خواهد بود و جبران خسارات احتمالی نیز به عهده وی می باشد.

۱- آگهی باید با رعایت صداقت و ادب اجتماعی تولید گردد و به افراد، اقوام و ملتها، ادیان رسمی و سیاست های کشورهای آداب و رسوم ملل به دیده احترام نگاه کرده و همچنین نباید موجب رنجش گروهی از مخاطبین (با در نظر گرفتن سلیقه ها، حساسیت ها و محدودیت های آنان) گردد. همچنین آگهی نباید مغایر با منافع عمومی باشد.

۲- رعایت حق کپی رایت به هنگام استفاده از مواد آرشیوی شامل فیلم، عکس، موسیقی و ... ضروری است.

۳- آگهی نباید القاء وحشت و خشونت کند و همچنین نباید مروج عقاید خرافی بوده و یا با بهره گیری از آن تهیه شود.

۴- در آگهی نباید از تصاویر و یا نام افراد بدون کسب اجازه قبلی استفاده شود. ضمناً استفاده از تصویر شخصیت های تاریخی و فرهنگی و مقامات رسمی کشورها و یا استفاده از صدا و به کار گرفتن تکیه کلام های آنها در آگهی ممنوع است.

۵- در آگهی یک کالا و یا خدمات خاص، نباید تلویحاً و یا تصریحاً کالا و خدمات مشابه دیگری نفی و یا تلاش شود که موضوع آگهی در مقایسه با کالاها و خدمات دیگر اثبات شود. ضمناً در هر آگهی تنها تبلیغ یک برند مجاز بوده و آگهی تصریحاً یا تلویحاً نباید تبلیغ برند دیگری غیر از موضوع آگهی را مطرح نماید.

۶- رعایت شئون اسلامی در پوشش، آرایش و رفتار شخصیت های مورد استفاده در آگهی الزامی است.

۷- چنانچه در آگهی از نقشه جغرافیایی استفاده می گردد، تصویر نقشه ایران باید به صورت کامل استفاده شود و دریاها، خزر، عمان و خلیج فارس به وضوح دیده شوند، همچنین برای استفاده از پرچم کشورها، رعایت شئون ملی آنها الزامی است.

۸- صاحب آگهی موظف است در صورت لزوم مستندات قانع کننده و قانونی برای ادعاهای موضوع آگهی ارائه نماید. بدیهی است مسئولیت تمامی اطلاعات ارائه شده در هر آگهی، به عهده صاحب آگهی می باشد.

۹- در آگهی باید معیارها و ملاحظات فنی از جنبه های گوناگون آن مانند: تصویر برداری، تدوین، صدا گذاری و موسیقی رعایت شود و آگهی مطابق با استانداردهای جهانی تهیه گردد. همچنین اگر اطلاعاتی به صورت نوشتار یا گفتار به کار رفته باشد می بایست از نظر نگارش و گویش مطابق با استانداردهای شبکه ای که از آن پخش می گردد، باشد. (مشخصات فنی مورد قبول راد مدیا، در صفحه ۶ این مجموعه موجود می باشد).

تذکر: آگهی هایی که برای پخش از شبکه Press TV تولید می شوند، علاوه بر مفاد فوق می بایست از مجموعه قواعد آفکام (Ofcom)^۱ نیز پیروی نمایند.

* چنانچه آگهی ارائه شده در ظاهر مغایرتی با این دستور العمل نداشته باشد، ولی ایجاد زیان یا خسارتی نماید، پخش آگهی متوقف شده و صاحب آگهی مسئول کلیه عواقب آن خواهد بود.

* در تمامی مواردی که این مجموعه ضوابط و مقررات ساکت است، قوانین و مقررات موضوعه جمهوری اسلامی ایران حاکم می باشد.

۱. مؤسسه ناظر بر فعالیتهای رسانه های رادیویی و تلویزیونی کشور انگلستان

RAD Media VIDEO GUIDELINES

Accepted Streaming Video Ad Delivery Formats

A) Tape-Based Media: Standard-definition format; **DVCam, XDCam, BetaCam (SP/SX), DVCPRO**

All videos should be in **PAL** system

Aspect Ratios: **16:9 & 4:3**

B) File-Based Media (Delivered on CD-R or DVD-R): **DV file**

• **Video**

1. File Type (Codec) ----- Microsoft DV **AVI**
2. Frame Rate ----- 25.00 fps
3. Frame Size ----- 720(h) x 576(v)
4. Pixel Aspect Ratio ----- | 4:3 D1/DV PAL (1.067)
| 16:9 D1/DV PAL Widescreen (1.422)
5. Color Depth ----- Millions of Colors
6. Bit Depth ----- Maximum
7. Quality ----- 100%
8. Fields ----- | Lower Fields First
| Upper Fields First

• **Audio**

1. File Type ----- Microsoft **WAVE**
2. Compressor ----- PCM Uncompressed
3. Sample Rate ----- 48,000 Hz (48.0 KHz)
4. Sample Type (Bit Depth) ----- 16-bit
5. Channels ----- Stereo