



نظارت محتوایی بر محصولات چاپی

بامطالعه موردی فرهنگ (نام باوری)

اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه

[پژوهشگر: دکتر نظام بهرامی کمیل]

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
معاونت امور فرهنگی
دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی

نظارت محتوایی بر محصولات چاپی

با مطالعه موردی فرهنگ نام باوری
در قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه

نویسنده: دکتر نظام بهرامی کمیل

زیر نظر:
ابراهیم حیدری

سرشناسه : بهرامی کمیل، نظام، ۱۳۵۰ -
 عنوان و نام پدیدآور : نظارت محتوایی بر محصولات چاپی با مطالعه موردی فرهنگ نام‌باوری در قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی،
 عناوین و اصطلاحات بیگانه /نویسنده نظام بهرامی کمیل.
 مشخصات نشر : تهران: نشر مورخان، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری : ۲۶۵ ص.
 شابک : 978-622-6716-11-6
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 یادداشت : کتابنامه.
 موضوع : چاپ -- صنعت و تجارت -- قوانین و مقررات -- ایران
 موضوع : Printing industry -- Law and legislation -- Iran
 موضوع : چاپ -- ایران -- صنعت و تجارت
 موضوع : Printing industry -- Iran
 موضوع : نام‌باوری
 موضوع : Namism*
 رده بندی کنگره : KMH۳۷



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
 معاونت امور فرهنگی
 دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی



عنوان کتاب:	نظارت محتوایی بر محصولات چاپی با مطالعه موردی فرهنگ نام باوری در قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه
نویسنده:	دکتر نظام بهرامی کمیل
زیرنظر:	ابراهیم حیدری
ویراستار:	رضا گرشاسبی
ناشر:	مورخان
امور فنی و هنری:	امیر نیکبخت - حمیدجوکار
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۸
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۷۱۶-۱۱-۶
به سفارش:	دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتابخوانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
نشانی:	خیابان قائم مقام فراهانی، خیابان فجر، نبش کیهان، ساختمان فجر، طبقه سوم، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتابخوانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
تلفن:	۸۸۳۴۲۹۸۰

فهرست

۹ سخن آغازین
۱۱ سپاسگزاری
۱۳	فصل اول: نظارت بر محتوای کالا و خدمات چاپی
۱۵ مقدمه
۱۶	گفتار اول: وضعیت نظارت محتوایی
۱۶ ترسیم وضع موجود
۲۰ نظارت بر محتوای پیام‌های چاپی
۲۱ الف. نظارت؛ پیش یا پس از چاپ
۲۳ ب. فرایند و سازوکار نظارت محتوایی
۲۷ پ. وضعیت تخلفات محتوایی
۳۱ واردات، صادرات و قاچاق محصولات چاپی
۳۴ جعل و تقلب
۴۰ نظر کارشناسی ادارات کل استان‌ها
۵۱	گفتار دوم: بررسی قوانین و مقررات مربوط به نظارت بر حوزه چاپ
۵۱ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته (مصوب هیأت دولت ۱۳۷۱)
۵۴ دستورالعمل بررسی تخلفات حوزه چاپ
۶۲ دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب

آیین نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه - مصوب ۱۳۷۸/۲/۱۹ مصوب هیأت وزیران.....	۶۶
دستورالعمل اجرایی قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین نامه اجرایی آن در مورد چگونگی استفاده از حروف و تصاویر در تابلوهای سردر مغازه‌ها، فروشگاه‌ها، اماکن و... (۱۳۸۲ معاونت مطبوعاتی)	۷۲
۷. آیین نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه (۱۳۸۰ مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی)	۷۴
قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷.....	۷۷
آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات.....	۷۸
قانون مجازات اسلامی.....	۸۰
فصل پنجم - جعل و تزویر	۸۰
قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان	۸۳
آیین نامه اجرایی ماده «۷» قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان	۸۵
قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۹۲.....	۸۸
گفتار سوم: نتیجه گیری و پیشنهادات	۹۴
محورهای تدوین آیین نامه احتمالی	۹۷
پیشنهادات	۹۹
پیشنهاد نهایی	۱۰۱
فصل دوم: فرهنگ نام باوری	۱۰۳
مقدمه.....	۱۰۵
گفتار اول: نام باوری در جامعه	۱۰۷
نام باوری در زبان	۱۰۷
نام باوری در اسطوره‌ها	۱۰۸
نام باوری در مذاهب	۱۱۲
نام باوری در سحر و جادو.....	۱۱۵
نام باوری و میراث فرهنگی	۱۱۶
نام باوری در سیاست	۱۱۷
نام باوری در خانواده	۱۱۸

گفتار دوم: الگوهای زبانی در جوامع نام‌باور ۱۲۱

- یکتا کردن..... ۱۲۱
- همگانی کردن ۱۲۱
- وصله‌ای کردن ۱۲۲
- تابوگرایی و حذف کردن..... ۱۲۲
- پنهان و تطهیر کردن ۱۲۴
- تحریف کردن..... ۱۲۶
- شناور کردن ۱۲۷
- تکرار و تورم زبانی ۱۲۸
- واژگونگی زبانی ۱۳۰
- دوزبانگونگی..... ۱۳۱
- تحقیر زبانی ۱۳۲
- تشابه اسمی..... ۱۳۳

گفتار چهارم: نام‌باوری در قانون منع به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه ۱۳۴

- خلاصه مذاکرات مجلس ۱۳۴
- تحلیل مذاکرات مجلس ۱۴۰
- تحلیل قانون، آیین‌نامه و دستورالعمل ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه ۱۴۱
- تاریخچه اجرای قانون..... ۱۵۴
- پرسش از وزیر درباره قانون ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه ۱۶۶

گفتار چهارم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات ۱۷۰

پیوست ۱۷۳

فهرست منابع: ۱۷۴

- پیوست ۱: مشروح مذاکرات جلسه ۲۰۷ مجلس شورای اسلامی ۹۷/۲/۲۶ (در خصوص طرح سؤال علی‌مطهری از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) ۱۷۶
- پیوست ۲: قوانین مرتبط با صنعت چاپ کشور ۱۸۶
- قانون و اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۶۵) ۱۸۶
- آیین‌نامه تأسیس چاپخانه و گراورسازی (۱۳۵۸) ۱۸۷
- آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته (۱۳۷۱)..... ۱۹۳
- دستورالعمل صدور مجوز تأسیس لیتوگرافی، چاپخانه و صحافی ۱۹۷

- دستورالعمل بررسی تخلفات حوزه چاپ ۲۰۳
- دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب ۲۰۸
- قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه (۱۳۷۵ مصوبه مجلس) ۲۰۹
- دستورالعمل اجرایی قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین نامه اجرایی آن در مورد چگونگی استفاده از حروف و تصاویر در تابلوهای سردر مغازه‌ها، فروشگاه‌ها، اماکن و... (۱۳۸۲) ۲۱۴
- معاونت مطبوعاتی) ۲۱۴
- قانون نحوه رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی که استفاده از آن‌ها در ملاء عام خلاف شرع است و یا عفت عمومی را جریحه‌دار می‌کند. (۱۳۶۵) ۲۱۶
- آیین نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه (۱۳۸۰ مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی) ۲۱۸
- آیین نامه اجرایی ماده (۲۱) قانون حمایت از حقوق مؤلفان مصنفان و هنرمندان- مصوب هیئت وزیران ۲۲۶
- قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات ۲۲۹
- آیین نامه چاپ و صحافی مطبوعات دولتی ۲۳۱
- اصلاحیه آیین نامه چاپ و صحافی مطبوعات دولتی ۲۳۲
- قانون ممنوعیت وزارتخانه‌ها و مؤسسات و شرکت‌های دولتی از چاپ و انتشار نشریات غیر ضرور ۲۳۳
- قانون معافیت مؤسسات انتشاراتی و کتاب فروشان از پرداخت مالیات ۲۳۵
- مصوبه واگذاری مسئولیت چاپ انواع تقویم به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اسلامی ۲۳۷
- تصویب نامه در خصوص تشکیل شورای تمبر با ترکیب جدید ۲۳۸
- ضوابط برگزاری مسابقات فرهنگی و هنری ۲۳۸
- قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷ ۲۳۹
- مقررات صادرات و واردات مصوب ۷۲/۷/۴ مجلس شورای اسلامی ۲۴۱
- آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات ۲۴۴
- قانون مجازات اسلامی ۲۴۵
- قانون ساماندهی مد و لباس ۲۵۰
- قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین (مصوبه ۱۳۷۳ مجلس) ۲۵۱
- قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی ۲۵۳
- آیین نامه اجرایی قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی ۲۵۵
- آئین نامه اجرایی قانون انتخابات شوراها ۲۵۷
- اصلاحیه آئین نامه ممنوعیت به کارگیری اسامی بیگانه ۲۵۹

سخن آغازین

پژوهش‌های کاربردی در دستگا‌ه‌های دولتی ابزاری برای بهبود وضع موجود هستند. این پژوهش‌ها ضمن ارائه تصویری از گذشته، با بررسی ضعف‌ها و کاستی‌ها افق‌های جدیدی را پیش رویمان می‌کشایند.

با این حال، روند طولانی انجام یک پژوهش از یک سو و هزینه بالا، پیچیدگی و فاصله‌ای که میان پژوهش‌های علمی و آکادمیک با مسائل و مشکلات اجرایی وجود دارد، معمولاً مانع تبدیل پژوهش‌ها به متن‌های سیاستی یا برنامه‌های تأثیرگذار در سازمان‌ها و دستگا‌ه‌های اجرایی می‌شود. تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی، راه میانه‌ای است که هم‌زمان را کوتاه‌تر می‌کند و هم به آسانی به متن‌های سیاستی و برنامه‌های تبدیل می‌شود. گزارش کارشناسی و راهبردی اگرچه ادبیاتی نسبتاً غنی در کشورها‌ی توسعه‌یافته دارد، اما در کشور ما سازمان‌ها آشنایی چندانی با آن ندارند و اقبال چندانی به این شکل از گزارش نشان نمی‌دهند.

با توجه به این کاستی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی در سه سال گذشته با استفاده از تجربه‌های ملی و جهانی، تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی در خصوص مسائل فرهنگی حوزه معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در دستور کار خود قرار داد.

این گزارش‌ها که توسط کارشناسان و متخصصان حوزه‌های مطالعاتی تهیه می‌شود به بیانی ساده و روشن مسائل مورد مطالعه را توضیح می‌دهند و رویکردهای سازمان در حل مشکل و راهکارهای پیشنهادی برای حل یا برون‌رفت از مشکل را مورد موشکافی قرار می‌دهند یا راه حل‌های جدیدی

پیشنهاد می‌دهند و نتایج حاصله در اختیار ذی‌نفعان، تصمیم‌گیران و مدیران ذی‌ربط قرار می‌گیرد تا نقش مؤثری در انتخاب بهترین و مؤثرترین راه‌ها باز کند.

آنچه ارائه می‌شود، یکی از گزارش‌هایی است که به عنوان پایه‌ای برای بحث و ارزیابی بیشتر تهیه شده است. این گزارش در کنار بررسی وضع فعلی به ارائه راهکارهایی برای حل مسائل می‌پردازد. بدیهی است با بحث و بررسی این متن و نقد پیشنهادهای ارائه شده، می‌توان به توافق درباره راهکارهای درست دست یافت و آن را به متن‌های سیاستی و برنامه‌های تأثیرگذار در ساختارها تبدیل کرد.

با این هدف، نسخه‌هایی از این گزارش در دسترس مدیران، دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان قرار می‌گیرد تا شروعی برای گفت‌وگویی سازنده در این حوزه باشد.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی

سپاسگزاری

تهیه این گزارش مدیون همکاری؛ آقایان برازش (مدیر کل سابق دفتر امور چاپ)؛ دانش (مدیر کل دفتر امور چاپ)؛ سیدآبادی (مدیر کل سابق دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی) و آقای حیدری (مدیر کل دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی) بوده است؛ از همگی این عزیزان صمیمانه سپاسگزارم. همچنین از چاپخانه داران، کارشناسان حوزه چاپ، مدیران و مسئولان دولتی که با ارائه نظرات به روشن شدن مسائل اساسی نظارت محتوایی در حوزه چاپ کمک کردند کمال تشکر را دارم؛ به ویژه از آقایان:

ابراهیمی (کارشناس و معاون دفتر امور چاپ)

ابوالحسنی (رئیس اتحادیه کلیشه و لیتوگراف)

اسدی (کارشناس و معاون دفتر تبلیغات دولت)

انتظامی (معاون پیشین امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی و مشاور وزیر)

انصاری (رئیس اتحادیه چاپخانه داران استان اصفهان)

بهنام جو (عضو هیأت مدیره چاپخانه داران تهران)

پورمند (رئیس پیشین اتحادیه چاپخانه داران استان تهران)

جعفری (بازرس و عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه داران استان تهران)

جلیلیان فتاحی (چاپخانه جهان مشهد)

حجتی (مدیر کل سابق دفتر تبلیغات دولت و رئیس دبیرخانه پاسداشت زبان فارسی)

- ذکایی (مدیر کل سابق دفتر چاپ و چاپخانه‌دار)
- رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم)
- رضایی (رئیس هیأت مدیره چاپخانه‌داران استان آذربایجان غربی)
- سهرابی (کارشناس و معاون دفتر حقوقی)
- شیروانی (چاپخانه آفتابگردان اصفهان)
- طالب‌زاده (مدیرکل سابق دفتر امور چاپ و مشاور وزیر)
- عابدین (رئیس اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ)
- علینقی (رئیس اتحادیه صنف چاپخانه‌داران استان تهران)
- غفاری (عضو کمیته حل اختلاف اتحادیه چاپخانه‌داران تهران و مدیر چاپ و نشر نور حکمت)
- فکری (مدرس و معاون دفتر امور چاپ)
- فروزیده (رئیس هیئت مدیره انجمن توسعه صنعت چاپ)
- قره‌داغی (کارشناس کانون‌های تبلیغاتی و معاون دفتر تبلیغات دولت)
- محمودی (کارشناس حوزه چاپ اداره کل استان تهران)
- نام‌آور (فعال حوزه چاپ و واردکننده رنگ و مرکبات از ترکیه)
- نیکوسخن (رئیس شرکت تعاونی اتحادیه چاپخانه‌داران تهران)
- یگانه (کارشناس حوزه چاپ)
- و خانم‌ها:
- پرویزی (مدیر گروه واژه‌گزینی فرهنگستان زبان و ادب فارسی)
- کیهان (مدیر واحد طرح و برنامه دفتر امور چاپ)
- میرزایی (کارشناس حوزه چاپ اداره کل استان قزوین)

فصل اول: نظارت بر محتوای کالا و خدمات چاپی

مقدمه

با شروع واگذاری بخش صنعتی، تکنولوژیکی و سخت افزاری حوزه چاپ به وزارت صنعت، معدن و تجارت این مسئله پیش آمد که پس از این واگذاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چگونه می تواند بر بعد فرهنگی، ارزشی و نرم افزاری این حوزه نظارت داشته باشد. به سخن دیگر؛ اگر وزارت فرهنگ مجوز ورود و خروج و جابه جایی ماشین آلات و همچنین مجوز صدور پروانه تأسیس چاپخانه ها را به دستگاه دیگری واگذار کند چه اهم و ابزاری برای کنترل مباحث فرهنگی دارد؟ گزینه های موجود برای تحقق این هدف کدامند و نقاط ضعف و قوت هر کدام چیست؟ اگر قرار باشد لایحه جدیدی متناسب با شرایط جدید نوشته شود این لایحه باید براساس چه اسناد پشتیبانی باشد و چه ابعاد و نکاتی در آن رعایت شود؟

برای رسیدن به پاسخ پرسش های طرح شده؛ ضروری بود تا وضع موجود صنعت چاپ به خصوص از منظر نظارت بر محتوای پیام های چاپی ترسیم شود. منظور از «محتوای پیام چاپی»؛ معنا و ارزشی است که پیام چاپی به راحتی در ذهن اکثریت افراد جامعه ایجاد می کند. به همین منظور با گروه های ذی نفع در حوزه چاپ مصاحبه شد تا نظر و تجربه آنان جمع بندی شود. این ذی نفعان و صاحب نظران عبارت بودند از:

۱. چاپخانه داران شهرهای مهمی که با حوزه چاپ درگیر هستند.

۲. کارشناسان شاغل در ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان ها.

۳. مدیران سابق حوزه امور چاپ

۴. کارشناسان و صاحب‌نظران حقوقی و فرهنگی.

علاوه بر آن ضروری بود تا تمام قوانین و مقرراتی که مستقیم و غیرمستقیم به موضوع نظارت بر محتوای محصولات چاپی مربوط می‌شود؛ جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرارگیرند. در این فصل، مستندات لازم برای موضوع ساماندهی نظارت محتوایی بر محصولات و خدمات چاپی به گونه‌ای ارائه شده است، که با مبنا قرار دادن آن بتوان متن قانونی مناسب در این حوزه را تدوین نمود.

گفتار اول: وضعیت نظارت محتوایی

ترسیم وضع موجود

برای تصمیم‌گیری درست در هر حوزه‌ای ابتدا باید به‌طور خلاصه وضعیت موجود و افق‌های آینده ترسیم شود. بعد از این مرحله است که مشخص می‌شود چه کار و یا کارایی باید با چه ویژگی‌هایی و از چه مسیرهایی انجام شوند. یگانه (کارشناس دفتر امور چاپ) معتقد است: ترسیم وضعیت موجود نظارت بر حوزه چاپ به آن معنا است که نشان دهیم با توجه به تغییرات تکنولوژیکی ایجاد شده در جهان؛ اساساً در چه حوزه‌ها و مراحل نظارت بر محصولات چاپی ممکن است و آن‌جا که ممکن است و ضروری هم هست نظارت باید به چه شکل انجام شود؟ (جلسه مورخ ۹۶/۶/۴ دفتر امور چاپ)

تاریخچه صنعت چاپ در ایران نشان می‌دهد؛ در گذشته یعنی از اوایل عصر مشروطه تا اواخر دهه هفتاد خورشیدی نگاهی امنیتی - سیاسی بر صنعت چاپ حاکم بود زیرا همان‌طور که گفته شد بخش عظیمی از فعالیت‌های چاپی به چاپ کتاب، نشریات، شب‌نامه‌ها و اسناد مربوط می‌شد که به خصوص برای حکومت‌های استبدادی و ایدئولوژیک بسیار مهم و حیاتی بود. این حساسیت از آن‌جا بیشتر می‌شد که از عصر مشروطه تا پس از انقلاب ۵۷ اکثر اهالی فرهنگ، روشنفکران و منتقدان سیاسی با چاپخانه‌ها تعامل و ارتباط نزدیکی داشتند. به دلیل اهمیت چاپ اجازه ورود ماشین‌آلات چاپ هم برعهده وزارت فرهنگ و اشاد اسلامی بوده است چون از یک طرف بعد امنیتی زیادی داشته و چاپ و توزیع کتاب، روزنامه، شب‌نامه، اعلامیه و بروشور تاثیرات و پیامدهای عمیق سیاسی و امنیتی در جامعه داشته است و از طرف دیگر، چاپ تنها راه نشر گسترده مطالب (نوشته و عکس) بوده است. (بهرامی کمیل، ۱۳۹۶: ۱۸).

اما به مرور از اهمیت بعد امنیتی و سیاسی چاپ و چاپخانه کم شد. یکی از دلایل این وضعیت،

گسترش فن آوری های نوین ارتباط جمعی مانند شبکه های ماهواره ای، اینترنت، شبکه های اجتماعی، موبایل، چاپ دیجیتال و... بوده است. هم زمان بعد فرهنگی چاپ روز به روز گسترده تر و عمیق تر شد به گونه ای که امروزه در تمام زندگی ما از وسایل آشپزخانه تا اتوموبیلی که سوار می شویم دارای آثار و فعالیت های چاپی است. به مرور زمان چاپ از حوزه کتاب و مطبوعات و اعلامیه ها و شب نامه ها به حوزه های دیگری از کاشی و سرامیک گرفته تا بسته بندی محصولات دارویی، غذایی و آرایشی گسترش یافت؛ به طوری که امروزه کار چاپ کتاب و مطبوعات تنها ۱۵ درصد از فعالیت های این صنعت را پوشش می دهد. علاوه بر این از اواخر دهه هفتاد به بعد و با گسترش فن آوری های نوین ارتباطی نشر مطالب (کتاب و مطبوعات) از انحصار صنعت چاپ بیرون آمد و روش های راحت تر و سریع تری با قابلیت های گسترده تری برای نشر مطالب و تصاویر در فضای الکترونیکی و اینترنت پدید آمد.

از طرف دیگر، امروزه در جهان و در حیات اجتماعی تغییراتی رخ داده که برخی از آن ها تاثیرات بسیار زیادی بر چند حوزه صنعت چاپ داشته است. برخی از مهم ترین این تغییرات عبارتند از:

- گسترش کمی و کیفی حوزه چاپ به تمامی ابعاد زندگی

همان طور که توضیح داده شد، صنعت چاپ در ابتدا بیشتر دارای جنبه فرهنگی بود و به ویژه در حوزه کتاب و مطبوعات کاربرد داشت؛ اما به مرور زمان چاپ تمامی ابعاد زندگی را دربر گرفته است.

- برجسته تر شدن بعد فنی و صنعتی

تغییرات فنی و تکنولوژیکی به وجود آمده در ماشین آلات صنایع چاپ به ویژه چاپ های دیجیتال و صنعتی، سرمایه گذاری و حمایت های قانونی، اداری از این صنعت را متناسب با سایر بخش های صنعتی و خدماتی کشور ضروری ساخته است. کاربرد کامپیوتر، چاپ را همانند فعالیت های دیگر، به خود وابسته کرده است. امکانات فراوان کامپیوتری برای چاپ و نشر کتاب به حدی است که تصور وابستگی نام چاپ به کامپیوتر پذیرفتنی تر است تا چاپ بدون کامپیوتر. امروزه فعالیت های اساسی و عمده چاپ در یک جا جمع شده و اصطلاح نشر رومیزی (desktop publishing) را بر آن نهاده شده است. (بهرامی کمیل، ۱۳۹۶: ۱۵)

- برجسته تر شدن بعد تجاری و بازرگانی

از طرف دیگر؛ پیش بینی ها حاکی از این است که آینده صنعت چاپ هر چه بیشتر صنعتی و

تکنولوژیکی خواهد شد و چاپ به شکل سنتی و توسط کارگاه‌های کوچک نمی‌توانند در مقابل شرایط جدید تاب آورده و به مرور از میان خواهد رفت. رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) در این زمینه می‌گوید: تجربه چند دهه گذشته ثابت کرده هر اتفاقی در غرب می‌افتد بعد از چند سال در ایران هم رخ می‌دهد. البته ما با یک تاخیر ده سال روبه‌رو هستیم که در آن هزینه‌های زیادی را متقبل می‌شویم و در پایان همان راه غرب را می‌رویم. در آینده چاپخانه‌های کوچک کمتر می‌شوند و ما با تأسیس بیشتر مجتمع‌های بزرگ چاپ روبرو خواهیم بود. همان اتفاقی که در شهرهای بزرگ برای سوپرمارکتی‌ها اتفاق افتاده و فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای جای آن‌ها را گرفته‌اند در حوزه چاپ هم اتفاق خواهد افتاد. (مصاحبه تلفنی ۹۵/۲/۷) جلیلیان فتاحی (چاپخانه جهان مشهد) در مورد آینده این حوزه می‌گوید: صنعت چاپ در دنیا امروز بر بسته‌بندی می‌چرخد اما ما نگاهمان هم‌چنان در حوزه چاپ افسست است. ادعا می‌کنیم به‌روز هستیم اما بسیار سنتی عمل می‌کنیم و با همین موضوع انتقال حوزه چاپ از ارشاد به وزارت صنعت مخالفت می‌کنیم. درحالی که نگاه صنعتی به موضوع نداریم. امروز ما صاحب گورستان دستگاه‌های قدیمی چاپ هستیم که نمی‌تواند برای صادرات کارساز باشد. باید از نظر ساختاری قابلیت و شرایط رقابت در بازارهای جهانی را فراهم کنیم و این نمی‌شود مگر با تغییر رویکرد و پذیرفتن نگاه صنعتی به چاپ و چاپخانه و وسط کشیدن پای وزارت صنعت، معدن و تجارت. اگر در آینده نزدیک برای این صنعت فکری نشود کشورهای دیگر بازار را به دست می‌گیرند به تازگی کشور اتریش در اطراف تهران چاپخانه بزرگی زده که چاپخانه‌های کوچک را از رده خارج خواهد کرد. باید زمینه اتحاد چاپخانه‌های کوچک را با ایجاد تعاونی‌ها فراهم کرد. اگر صد چاپخانه در یک تعاونی بزرگ سهام‌دار باشند امکان رقابتشان با رقبای خارجی فراهم می‌شود. اگر چاپ به حوزه صنعت برود و آن را بیشتر صنعتی ببینیم امکان چنین اتحادیهایی بیشتر خواهد شد. ذکایی (مدیرکل سابق دفتر امور چاپ) معتقد است: چاپخانه‌های کوچک درون شهرها به مرور جمع می‌شود و به چاپخانه تبدیل می‌شود. باید تفکر جدید و جوان در سطح صنعتی و مدرن جایگزین شود. (جلسه مورخ ۹۵/۱/۲۵ دفتر امور چاپ) او ادامه می‌دهد: اکنون صنعت چاپ در جهان به سرعت به سمت دیجیتالی شدن گام برمی‌دارد، عمده چاپخانه‌های بزرگ دنیا بخش دیجیتالی راه‌اندازی کرده یا تغییر شکل می‌دهند، اما در ایران هیچ تکنولوژی در داخل کشور در این زمینه وجود ندارد، این که سرمایه‌گذار برداشت مشخصی از سرمایه‌گذاری و آینده این صنعت ندارد، کافی است تا در این صنعت سرمایه‌گذاری نکند، چرا که با فضای مبهم

و غبارآلودی مواجه می‌شود و امنیت سرمایه‌گذاری را احساس نمی‌کند. (بهرامی کمیل، ۱۳۹۶: ۸۰ و ۸۱) مشاهدات از وضعیت نمایشگاه چاپ که در آذر ۱۳۹۶ در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار شد و مصاحبه با برخی بازدیدکنندگان درستی پیش‌بینی‌های بالا را نشان می‌داد. واحدهای کوچک و سنت فعال در حوزه چاپ یا کار خود را تعطیل کرده بودند یا در حال ورشکستگی بودند.

انتظامی (معاون امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی) و از منظر دیگری می‌گوید: روز به روز از سهم منشورات در صنعت چاپ کاسته می‌شود و بر سهم سایر حوزه‌های چاپ که ارتباط مستقیمی با حوزه فرهنگ ندارد، افزوده می‌شود. برخلاف پنجاه سال پیش، امروزه چاپ کتاب و مطبوعات درصد ناچیزی از بازار صنعت چاپ را به خود اختصاص داده است و در آینده این سهم کمتر هم خواهد شد. (مصاحبه تلفنی ۹۵/۲/۱۹)

نتیجه تحقیقی که در سال ۱۳۹۴ با عنوان «آسیب‌شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران» انجام شد نشان داد اکثر کارشناسان معتقد هستند به لحاظ ساختار اداری باید هر چه سریعتر مباحث صنعتی و تکنولوژیکی به وزارت صنعت، معدن و تجارت واگذار شود. برای مثال؛ انتظامی (معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) می‌گوید: موضوعات سخت‌افزاری و تکنولوژیک حوزه چاپ باید به دستگاه‌های متولی حوزه صنعت و اقتصاد واگذار شود و ورود دستگاهی فرهنگی به این مباحث توجیه منطقی ندارد. حتی مباحث محتوایی و بار ارزشی کالاهای چاپی هم نیاز چندانی به متولی ندارد؛ زیرا ادارات تخصصی در وزارت فرهنگ و ارشاد وجود دارد که بر تولیدات چاپی با بار فرهنگی زیاد مانند مطبوعات، کتاب، تقویم، تبلیغات بازرگانی و... نظارت دارند. کسانی که نگران لفاف بیسکویت یا پاکت سیمان هستند بهتر است خود را بر همان حوزه‌های اصلی بگذارند. (بهرامی کمیل؛ ۱۳۹۶)

ابراهیمی (معاون دفتر امور چاپ) می‌گوید: این که بحث ماشین آلات حوزه چاپ به وزارت صنعت برود تصمیم درستی است. اول انقلاب هم ما به جا این که با فیلم ناجور برخورد کنیم با دارنده ویدئو برخورد می‌کردیم ولی بعد متوجه شدیم که ابزار را باید رها کنیم تا بهتر بتوانیم بر محتوا نظارت داشته باشیم. در حال حاضر هم همه تلاش ما باید وقف نظارت بهتر بر بعد فرهنگی حوزه چاپ متمرکز شود که ظاهراً در حال انجام است. (جلسه دفتر امور چاپ ۹۶/۷/۱۲) در نتیجه گیری تحقیق مذکور که سال ۱۳۹۴ به پایان رسید پیشنهادات زیر ارائه شده بود:

پیشنهاد نخست (اصلاح قانون): کارگروهی متشکل از نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان مدیریت تشکیل شود. دستور کار کارگروه تدوین قانون جدیدی؛ جایگزین بند (۱۶) ماده (۲) قانون «اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اسلامی» مصوب سال ۱۳۶۵؛ باشد. در قانون جدید کلیه امور زیرساختی و سخت‌افزاری حوزه چاپ مانند سایر صنایع به وزارت صنعت و فقط امور محتوایی و نظارت بر بار ارزشی خدمات و کالاهای چاپی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار شود.

پیشنهاد دوم (اصلاح آیین‌نامه): به قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی کاری نداشت؛ اما کارگروهی از نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان مدیریت و نمایندگان اصناف و انجمن‌های حوزه چاپ تشکیل داد تا وظیفه تدوین آیین‌نامه جدیدی برای جایگزینی با آیین‌نامه قبلی (آیین‌نامه اجرایی تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱/۹/۱ هیئت وزیران) را به عهده بگیرند. در آیین‌نامه جدید موضوع صدور مجوز تأسیس و انحلال چاپخانه که در قانون تصریح شده بر عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باقی می‌ماند؛ اما موضوع نقل و انتقال ماشین‌آلات که در قانون به آن اشاره‌ای نشده است به وزارت صنعت، معدن و تجارت واگذار می‌شود.

پیشنهاد سوم (انعقاد تفاهم‌نامه): وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امضای تفاهم‌نامه‌های با وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ برخی امور مربوط به حوزه چاپ مانند ورود و صدور تکنولوژی و ماشین‌آلات را به وزارت صنعت واگذار کند و تنها نظارت بر محتوا و پیام محصولات چاپی را بر عهده بگیرد. (بهرامی‌کمیل، ۱۳۹۶: ۱۴۳ و ۱۴۴) خوشبختانه پس از ارائه نتایج تحقیق و پیشنهادات آن؛ با دستور مستقیم وزیر وقت جناب آقای جنتی و پس از آن جناب آقای صالحی امیری؛ هر سه پیشنهاد در دستور کار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار گرفت.

جمع‌بندی وضع موجود صنعت چاپ نشان می‌دهد: اکثر فعالان حوزه چاپ با واگذاری بخش صنعتی و تکنولوژیکی این حوزه به وزارت صنعت، معدن و تجارت موافق هستند و از این که این خواسته قدیمی بالاخره در حال عملیاتی شدن است رضایت دارند. البته برخی از چاپخانه‌داران از کند بودن سرعت این بازنگری و اصلاحات و بلا تکلیفی‌های احتمالی ابراز نگرانی کرده‌اند و خواهان آن هستند که با سرعت بیشتری تغییرات لازم انجام شود.

نظارت بر محتوای پیام‌های چاپی

الف. نظارت؛ پیش یا پس از چاپ

طالب‌زاده (مدیرکل سابق دفتر امور چاپ و نشر) می‌گوید: در سال ۷۶ که من مدیریت دفتر چاپ را بر عهده گرفتم روزانه ۱۰۰ تا ۲۰۰ نفر متقاضی دریافت مجوز چاپ برای کالایشان بودند. بسیاری از این افراد از شهرستان‌ها می‌آمدند و صبح زود در اداره صف می‌کشیدند و بعد همین صف را برای پرداخت نیم درصد مالیات در بانک ملی ایجاد می‌کردند. ما به این وضعیت که هیچ ضرورتی هم نداشت پایان دادیم؛ اما برخی با آن مخالف بودند و فکر می‌کردند بحران خاصی ایجاد می‌شود. بعد از آن به این نتیجه رسیدیم که امور ساختاری و بحث ماشین‌آلات و تکنولوژی چاپ هیچ ربطی به ارشاد ندارد و ارشاد تنها باید به محتوا پردازد؛ به همین دلیل پیش‌نویس تفاهم‌نامه‌های را با وزارت صنایع آن زمان آماده کردیم. براساس این پیش‌نویس قرار بود مجوز تأسیس چاپخانه‌ها دو امضاء داشته باشد. وزارت صنایع مباحث مکان کارگاه، ماشین‌آلات، تکنولوژیکی و مباحث صنعتی و اقتصادی را کنترل می‌کرد و ارشاد تنها به لحاظ محتوایی بر تولیدات چاپی نظارت داشت. البته حتی همین نظارت هم قرار بود از طریق اتحادیه‌ها انجام شود و ارشاد فقط سیاست‌گذاری کند. این پیشنهاد هم چیز جدیدی نبود همان زمان هم وزارت بهداشت بر خروجی و کیفیت محصولات غذایی نظارت داشت، اما به تکنولوژی و ماشین‌آلات ورود پیدا نمی‌کرد.

طالب‌زاده معتقد است: آن زمان (دهه هفتاد) مخالفت‌ها زیاد بود. از یک طرف برخی کارمندان ارشاد به دلیل منفعی که در بحث مجوزها داشتند و یا این که غیرمستقیم در نقش کارگزار چاپخانه‌داران قرار گرفته بودند نمی‌خواستند منافعشان را از دست بدهند. از طرف دیگر خود اتحادیه‌ها مخالف این واگذاری بودند و فکر می‌کردند این تغییر برای آن‌ها مناسب نیست. (مصاحبه حضوری، ۹۵/۲/۱۵)

لازم به ذکر است نظارت بر مرحله قبل از چاپ و در درون چاپخانه در دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شده که به دلایل متعدد متوقف و کنار گذاشته شده است. برخی از این دلایل به شرح زیر است:

۱. نیاز به نیروی انسانی و امکانات زیاد
۲. افزایش احتمال خطا و سلیقه‌ای عمل کردن
۳. احتمال افزایش فساد اداری و رشوه‌گیری

۴. ایجاد مشکل و مزاحمت برا واحدهای چاپی و ناراضیاتی عمومی چاپخانه‌داران

۵. گسترش رویکرد منفی و مجرمانه به فعالان حوزه چاپ و تضعیف اعتماد و سرمایه اجتماعی طالب‌زاده در این زمینه می‌گوید: زمانی که مدیر کل دفتر چاپ شدم؛ نظارت پیش از چاپ بود. کارمندان ارشاد در تهران و سایر استان‌ها با مراجعه به چاپخانه‌ها و یا دریافت نمونه چاپ‌ها نسبت به ایراد داشتن یا نداشتن کالا و خدمات چاپی تصمیم‌گیری می‌کردند. این نوع نظارت در طول سالیان دراز به‌طور ناخواسته عامل فساد شده بود. کارشناسی به دلیل مراد و آشنایی که با چاپخانه‌ای پیدا کرده بود در مورد تولیدات آن با اغماض برخورد می‌کرد درحالی که امکان داشت موارد مشابه مربوط به چاپخانه دیگری را تخلف مصداق تخلف می‌دانست. علاوه بر این مرور زمان باعث می‌شد رویکرد افراد هم تغییر پیدا کند و برخورد صلیقه‌ای هم بیشتر شود. اشکال مهم دیگر این بود که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که قرار بود دستگاهی سیاست‌گذار باشد به یک واحد اجرایی تبدیل شده بود و برای این نوع نظارت به نیروی انسانی و امکانات اداری فراوانی نیازمند بود. اشکال دیگر این بود که کارشناسان ارشاد در مقام داوری و قضاوت نشست‌ه بودند و کسی نبود که از حقوق صنف دفاع کند.

قاعدتاً مجریان دولتی فقط باید ارائه گزارش و تخلف کنند؛ درحالی که به‌طور گسترده‌ای پارا فراتر گذاشته و به صدور حکم می‌پرداختند. درحالی که من کماکان معتمد صدور حکم وظیفه قاضی است و دستگاه‌های دولتی باید کمترین نقش را در این زمینه داشته باشند.

طالب زاده معتقد است به دلیل رشد اعجاب برانگیز تولیدات چاپی از یک طرف و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اینترنتی از طرف دیگر؛ فکر نظارت پیش از چاپ به هیچ وجه توجیه‌پذیر نیست. بنابراین نظارت باید پس از چاپ باشد و البته برای این نظارت هم نیازی به قوانین و مقررات جدید نیست. به‌اندازه کافی مصوبه و لایحه و قانون وجود دارد و قاضی با استناد به همان‌ها می‌تواند موارد گزارش شده را بررسی و صدور حکم نماید. به سخن دیگر؛ لزومی به تشکیل انواع کمیته‌ها و کمیسیون‌ها برای رسیدگی به تخلفات در حوزه چاپ نیست و مقام قضایی می‌تواند با قوانین موجود مانند قانون مجازات اسلامی، قانون نظام صنفی، منع استفاده ابرازی از زنان و کودکان، منع تبلیغات خلاف شرع و عرف و... نظارت بر حوزه چاپ را انجام داد تا خلاف عرف و شرعی روی ندهد. خلاصه این که قاضی تشخیص می‌دهد تخلفی اتفاق افتاده یا نه و نیازی به قوانین جدید نیست.

طالب‌زاده معتقد است وظیفه چاپخانه‌این است که مشخصات کامل و دقیق سفارش‌دهنده را

دریافت کند و در حد موارد آشکار و بدیهی و یا دستورالعمل‌های تخصصی از چاپ موارد شبه برانگیز خودداری کند اما بیش از این در حیطه مسئولیت چاپخانه دار نیست و اگر تخلفی صورت گیرد سفارش دهنده مسئول است. (مصاحبه اختصاصی، دفتر مشاور وزیر: ۹۶/۷/۱۷)

امروزه تقریباً اکثر کارشناسان معتقدند امروزه نظارت پیش از چاپ نه ضروری و نه ممکن است. در همین رابطه برآزش (مدیرکل دفتر امور چاپ و بسته‌بندی) می‌گوید: تغییرات تکنولوژیکی باعث شده قابلیت دستگاه‌های چاپ هر روز بیشتر و امکان کنترل و نظارت بر آن‌ها هر روز کمتر شود. امروزه با دستگاه‌های چاپ کوچک و به اصطلاح رومیزی می‌توان کار چاپخانه‌های بزرگ را انجام داد. بنابراین نظارت بر کارگاه و دستگاه چاپ باید جایش را به نظارت بر کالا و محصولات چاپی بدهد.

محمود نام‌آور (فعال حوزه چاپ و واردکننده رنگ و مرکبات از ترکیه) می‌گوید برای سفارش کارهای چاپی در ترکیه هیچ مجوز و گواهی‌نامه‌های نمی‌خواهند فقط اگر ما را شناسد مشخصات دقیق مانند شماره پاسپورت، محل زندگی، آدرس شرکت یا دفتر و... را از ما می‌گیرند.

محمودی (کارشناس اداره کل ارشاد استان تهران) معتقد است هر چند نظارت پیش از چاپ امتیازات زیادی دارد اما امکان نظارت پیش از چاپ به دلیل تعداد بسیار زیاد چاپخانه‌ها و نیاز به امکانات گوناگون بسیار مشکل است. در تهران حدود ۲۰۰۰ مجوز چاپخانه صادر شده که از آن تعداد کمتر از ۶۰۰ واحد فعال هستند. البته چاپخانه‌های غیرمجاز هم وجود دارد که شناسایی نمی‌شوند و در نتیجه امکان نظارت بر آن‌ها اساساً مقدور نیست. به نظر من باید سیستمی طراحی شود که امکان نظارت سرزده باشد تا تخلفات کمتر شود. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۷/۲۴)

ابراهیمی (معاون دفتر چاپ) معتقد است نظارت باید پس از چاپ باشد؛ یعنی به جای درگیر شدن در نظارت قبل از چاپ یا نظارت بر چاپخانه‌ها؛ نظارت باید بر تولیدات (تولیدمحور) باشد. (جلسه دفتر چاپ ۹۶/۶/۲).

ب. فرایند و سازوکار نظارت محتوایی

فرایند فعلی نظارت در حوزه چاپ این است که موارد مشکوک به تخلف در حوزه نظارت بر کالا و محصولات چاپی توسط ادارات کل احصاء و پرونده ابتدایی تشکیل می‌شود. پس از بررسی‌های لازم و در صورت برطرف نشدن موضوع؛ پرونده به همراه حکم پیشنهادی به کمیته تحقیق مربوطه که در معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مستقر است ارجاع می‌شود. در نهایت کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته حکم نهایی را صادر می‌کند. در این

کمیسیون معاون فرهنگی وزارتخانه به عنوان رییس؛ مدیر کل دفتر امور چاپ و بسته‌بندی به عنوان دبیر و افرادی مانند مدیر کل حراست، مدیر کل دفتر امور حقوقی و نماینده صنف مورد نظر عضو هستند. برای مثال اگر تخلف در حوزه نشر کتاب باشد نماینده ناشرین در جلسه شرکت خواهد کرد. مبنای قانونی این نظارت هم مجموعه مقرراتی است که در کتابچه قانون تبلیغات گردآوری شده است. هر چند این مجموعه معطوف به تبلیغات محیطی و عملکرد کانون‌های تبلیغاتی است اما همان‌طور که در بخش بررسی و تحلیل مشخص شده است مقررات موجود با کمی تغییر و در نظر گرفتن سازوکارهای اجرایی قابل تحقق به حوزه صنعت چاپ هست.

در مورد نظارت بر مطالب چاپی؛ جعفری (بازرس اتحادیه چاپخانه‌داران) معتقد است: قبل از هر چیز باید از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بابت برچیدن سیستم نظارت قبلی که پیش از چاپ بود و با سرکشی بازرسان موتور سوار بر چاپخانه‌ها انجام می‌شد تشکر کرد. بازرسی‌های قبلی بسیار فسادزا بود که خوشبختانه ده سالی هست برچیده شده است. اما در خصوص نظارت باید گفت در استان تهران حدود ۳۰۰۰ چاپخانه پروانه تأسیس دارند و تعدادی چاپخانه غیرمجاز هم فعال است که ذکر آمار دقیق آن‌ها ممکن نیست.

اگر می‌خواهیم بحث نظارت بر محصولات و خدمات چاپی در فرایندی اصولی انجام شود باید چاپخانه‌دار توسط ارشاد آموزش لازم را ببیند و گواهینامه‌های دریافت کند و از آن پس خودش براساس دستورالعمل و آموزشی که ارشاد به او داده مسئول نظارت بر سفارشات باشد. به سخن دیگر، چاپخانه دار مانند یک کارشناس که گواهینامه (کارت) بهداشت، استاندارد و غیره می‌گیرد کارت ارشاد را هم بگیرد. البته پس از چاپ اگر تخلفی در حوزه فرهنگی و ارزشی اتفاق افتاد ارشاد می‌تواند ورود کرده و پرونده را مراجع قضایی ارجاع دهد. البته واحد چاپی موظف است طبق دستورالعمل ارشاد یا وزارت صنعت؛ آدرس و مشخصات کامل سفارش‌دهنده را بگیرد.

فکری می‌گوید؛ در حال حاضر بخشی از نظارت در حوزه چاپ در مورد کالاهای وارداتی است که اگر گمرک موردی را مشکوک به تخلف بداند برای دفتر امور چاپ می‌فرستد و ما به آن استعلام پاسخ می‌دهیم. البته بخش دیگری از نظارت به اسامی برندهای داخلی مربوط است که طبق دستورالعمل‌ها و یا استعلام از دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی (زیر مجموعه معاونت امور مطبوعاتی) اقدام می‌شود. به‌طور خلاصه در حوزه نظارت برای ما ملاک کتابچه «قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور» است به هر حال نظارت چندانی در درون واحدهای چاپی وجود ندارد و بیشتر خروجی کار آن‌ها نظارت می‌شود. (جلسه دفتر امور چاپ ۹۶/۷/۱۲)

حجتی (مدیر کل سابق دفتر تبلیغات دولت و دبیر فعلی شورای هماهنگی پاسداشت زبان فارسی) معتقد است در حوزه تبلیغات بازرگانی که تخصص من است نیازی به قانون و مقررات جدید نداریم. حتی در حوزه نظارت محتوایی بر حوزه چاپ هم چیز بیشتری از آنچه در حوزه تبلیغات است وجود ندارد و شاید به همین دلیل تنها منبع استناد آن‌ها همین کتابچه قوانین و مقررات تبلیغات است که ما آن را گردآوری کرده‌ایم. البته بحث صنعتی و تکنولوژیکی به‌طور حتم بسیار گسترده است و احتمالاً قوانین خاص خود را نیاز دارد. اما در مورد چگونگی نظارت بر حوزه تولیدات و محصولات چاپی من معتقدم باید ترکیب و آمیخته‌ای از این دو روش را به کار برد. یعنی باید نظارت پیش و پس از چاپ را با هم دید. البته به هیچ وجه منظور از نظارت پیش از چاپ آن روش شکست خورده‌ای که تا اوایل دهه ۷۰ بود نیست. قرار نیست بازرسان ارشاد به همه واحدهای چاپی سر بزنند یا همه موارد چاپی قبل از چاپ از ارشاد مجوز بگیرند. منظور این است که ارشاد دستورالعملی شفاف تهیه کند و آن را به صنف بدهد تا آموزش و راهنمایی لازم به چاپخانه‌داران داده شود تا آن‌ها اصول و کلیات را یاد بگیرند و خودشان رعایت کنند. باید کار مردم را به مردم سپرد و این موضوع تا حد زیادی در قانون نظام صنفی دیده شده است. در مرحله پیش از چاپ خود صنف می‌تواند کمک زیادی کند. اما پس از چاپ اگر ارشاد تخلفی دید می‌تواند و باید آن را پی‌گیری کند؛ البته هر کس دیگری هم می‌تواند شاکی باشد. (مصاحبه حضوری، دفتر تبلیغات دولت ۹۶/۷/۲۳)

جعفری معتقد است؛ قوانین در خصوص تخلفات غیر فرهنگی که عمدتاً مربوط به جعل و تخلف است کافی و پر قدرت نیست. برای مثال شاهد بودیم چاپخانه‌های لیبیل تقلبی فومن شیمی را چاپ می‌کرد و قبلاً هم چند بار تخلف داشت. بررسی تخلف آن واحد چند وقت در کش و قوس بود درحالی که چاپخانه بار خودش را بسته بود. در سایر موارد هم شدت لازم برای برخورد با موارد جعل و تقلب وجود ندارد. (محل اتحادیه چاپخانه‌داران تهران ۹۶/۷/۲۲)

خادمی (عضو اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ) می‌گوید: در حوزه نظارت بر محتوای فرهنگی محصولات و خدمات چاپی بهتر است دستورالعمل مد نظر را وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تدوین کند اما آن را به وزارت صنعت بدهد تا از آن طریق ابلاغ شود. این را می‌گویم چون تجربه گذشته نشان داده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هیچ‌گاه نتوانست ما را به انجام کاری وادار کند اما وزارت صنعت اگر بخواهد می‌تواند. اگر قانون ۳۰-۷۰ را به وزارت صنعت می‌دادند یک روزه همه به آن عمل می‌کردند. وزارت صنعت دستمال کاغذی نرمه را که بسته

آن تک رنگ است (سرمه‌ای) مجبور کرده که نشان سبب سلامت را رنگی کار کند و در نتیجه برای یک آرم کوچک مجبور است چاپ چهار رنگ سفارش دهد. (مصاحبه حضوری دفتر اتحادیه ۹۶/۷/۲۲)

سخنان این کارشناسان نشان می‌دهد کسانی که نگرانند با گرفته شدن قدرت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، امکان نظارت بر کار واحدهای چاپی از بین برود باید قبل از هر چیز پاسخ دهند که در گذشته که اختیارات فراوانی داشته‌اند در عمل چه اندازه در امر نظارت موفق بوده است.

حسین پور (مدیر شرکت چاپ و نشر طلاکوب) معتقد است تفویض اختیار نظارت بر محتوای پیام چاپی به چاپخانه‌داران و سایر اصناف مربوطه کار درست و به جای بوده است. وزارت فرهنگ باید قوانین و دستورالعمل‌های لازم را تدوین و به اصناف و فعالان این حوزه ابلاغ کند. بدیهی است در صورت مشاهده و گزارش تخلف و یا ارائه شکایت توسط افراد ذی‌نفع موضوع از طریق وزارت فرهنگ می‌تواند دنبال شود. حسین پور معتقد است وظیفه چاپخانه‌ها باید به تعیین شناسایی هویت دقیق و کامل سفارش‌دهنده محدود شود و نباید از آن‌ها انتظار داشت که مدارک و اسناد لازم در مورد ادعاهای مطرحه در محتوای پیام تبلیغی را نیز دریافت کنند. به سخن دیگر؛ مسئول درستی و نادرستی ادعاهای مطرحه شده در یک تبلیغ به عهده سفارش‌دهنده است. نباید از ما انتظار داشت تا بررسی کنیم ادعای یک واحد تولیدی مبنی بر داشتن مهر استاندارد، تأییدیه وزارت بهداشت، سبب سلامت، انواع گواهی‌نامه‌های ایزو، رتبه درجه مصرف انرژی، داشتن لیسانس و غیره درست است یا نادرست. حتی در مواردی دیده شده که سفارش‌دهنده مجوز برای صادرات دارد و سفارش کار می‌دهد اما بعد مورد تبلیغی در داخل توزیع می‌شود. بدیهی است در این گونه موارد وظیفه چاپخانه‌دار این است که براساس دستورالعمل‌های موجود کار را چاپ کند اما این که سفارش‌دهنده مورد چاپی را صادر نکرده و در داخل پخش کرده است بر عهده چاپخانه نیست.

رضایی (رئیس هیأت مدیره چاپخانه‌داران استان آذربایجان غربی) هم معتقد است صنف ظرفیت زیادی برای همکاری به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را دارد و می‌تواند در نظارت و کنترل بر محتوای پیام‌های چاپی مفید واقع شود. به نظر ایشان؛ ادارات کل در استان‌ها نیرو و امکانات لازم را برای نظارت بر کار چاپخانه‌ها ندارند اما صنف چون هم ذی‌نفع است و هم امکانات و اطلاعات لازم را دارد بسیار بهتر و دقیق‌تر از ادارات کل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (به خصوص در استان‌ها) می‌تواند بر کار چاپخانه‌ها نظارت کند. البته باید اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی هم گزارشات را گرفته و در نهایت تصمیم‌گیری کند. البته ممکن است در این حالت

هم فسادی صورت پذیرد و ارتباطات ناسالمی به وجود بیاید اما احتمال آن از حالتی که صنف هیچ‌کاره باشد بسیار کمتر است.

ب. وضعیت تخلفات محتوایی

محمودی (کارشناس حوزه چاپ) در استان تهران بیشترین تخلفات در حوزه نظارت بر محتوای فرهنگی محصولات چاپی به قانون مربوط به ممنوعیت به کارگیری اسامی بیگانه، رعایت اندازه قلم فارسی در برابر زبان بیگانه و استفاده ابزاری از تصویر زن مربوط می‌شود. البته بحث جعل و تقلب هم هست که بسیار پیچیده و زمان بر است. در رسیدگی به پرونده‌های مربوط به جعل و تقلب به طور متوسط حداقل شش ماه زمان صرف می‌شود. گاه از زمان کشف تقلب تا ابلاغ حکم بیش از یکسال زمان می‌برد و این درحالی است که آن مورد تخلف در این مدت آشکار و یا پنهان در حال ادامه بوده است. موردی بود که قوطی تقلبی داروی بیهوشی چاپ شده بود اما تا موضوع در کمیسیون بدوی استان طرح و رای پیشنهادی برای صادر و به مرکز فرستاده شد و در مرکز کمیسیون وزارتخانه تشکیل جلسه داد و بعد از بررسی رای صادر شد و رای دوباره برگشت تا مدیرکل استان آن را به متخلف ابلاغ کند و... یکسال طول کشید. در این مدت چاپخانه دار مدعی بود موارد چاپی را به دلیل نداشت جای نگهداری دور ریخته و یا بخشی از آن را نابود کرده است که ممکن بود این طور نباشد و آن‌ها در بازار پخش شده باشند. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۷/۲۴)

در مورد نظارت محتوایی بر کالاهای چاپی رضایی معتقد است؛ قانون ۳۰-۷۰ بدون در نظر گرفتن فرهنگ و شرایط اجتماعی تدوین شده و به این نکته فرهنگی بی‌توجه است که مردم بیشتر خواهان جنس خارجی هستند و تا ما کار را از جای دیگری درست نکنم تصویب چنین قوانینی به گسترش تخلف می‌انجامد. زیرا وضع بازار کساد است و تعداد چاپخانه‌ها بسیار زیادتر در نتیجه اگر یک چاپخانه از چاپ سفارش غیرقانونی خودداری کند چندتای دیگر حاضرند آن را چاپ کنند چون کار ندارند. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۹/۲۶)

ابراهیمی می‌گوید: عمده تخلفاتی که امروزه در حوزه نظارت بر کالا و خدمات چاپی در سه دسته قرار می‌گیرد: ۱. استفاده از نام تجاری غیرفارسی یا نام‌هایی که براساس مقررات موجود منع قانونی دارند. برای مثال ممکن است یک شرکت از نام انگلیسی برای برند و محصول جدید خود استفاده کند و یا ممکن است از نامی استفاده کند که طبق مصوبات موجود در آن منطقه خاص ممنوع است. ۲. تخلفات مربوط به جعل و تقلب که می‌تواند شامل حال محصولات داخلی یا خارجی باشد. از چاپ روی تیوپ خمیردندان و قوطی اسپری تا تهیه جعبه محصولات KFC و هر

نوع کار تقلبی دیگر. لازم به ذکر است این نوع تخلف به ویژه در حوزه لوازم بهداشتی، خوراکی و لوازم یدکی بسیار گسترده است. ۳. تخلف از رعایت تناسب نوشتار فارسی با زبان بیگانه. قانون ۳۰-۷۰. البته موارد دیگری مانند چاپ قاچاقی کتاب، چاپ پوست‌های غیراخلاقی و... هم هست که باید آن‌ها هم در نظر گرفته شود. (جلسه دفتر امور چاپ ۹۶/۷/۱۲)

لازم به ذکر است تقلب و تخلف در حوزه چاپ و تبلیغات مانند هر حوزه دیگری بسیار گسترده و متنوع است به شکلی که نمی‌توان انتظار داشت در یک لایحه یا قانون به تمامی موارد احتمالی اشاره مستقیم شود. برای مثال مشاهدات میدانی نشان می‌دهد برخی شرکت‌ها که دارای مهر استاندارد نیستند با چاپ کلمه ایمنی، محافظت، اطمینان و... در درون طرحی کاملاً شبیه مهر استاندارد و بدون ادعای این که دارای مهر استاندارد هستند؛ باعث فریب مشتری می‌شوند. در تخلفی دیگر یک تولیدکننده سس فلفل داخلی در جنوب کشور به محض این که واردات سس فلفل از عربستان ممنوع شد محصولات خود را درون شیشه‌ای با چاپ نوشتاری و عکس فلفل کامل شبیه به محصول اصلی عرضه کرد. هرچند نام این فلفل با نام مشابه آن فرق داشت اما به دلیل شباهت سایر موارد بسیاری از مصرف‌کنندگان بعد از یک بار خرید و مشاهده کیفیت پایین محصول به کلاه‌پی که بر سرشان رفته بود پی بردند. شاید به دلیل همین پیچیدگی‌هاست که ابراهیمی معتقد است: «در حوزه نظارت بر محصولات چاپی نباید فقط به چاپخانه‌ها چسبید و عوامل دیگر را فراموش کرد. بلکه باید سفارش‌دهنده؛ تولیدکننده؛ توزیع‌کننده و فروشنده همگی با هم دیده و نظارت شوند و هرکدام براساس سهمی که در یک تخلف دارند نظارت و جریمه شوند.» (جلسه دفتر امور چاپ ۹۶/۷/۱۲) به سخن دیگر؛ فروشنده یک کالای تقلبی زمانی که می‌داند قیمت کالای خریداری شده پایین‌تر از قیمت اصلی کالا است و یا از طریق توزیع‌کننده غیرمجاز کالایی را می‌خرد در وقوع تخلف سهم داشته و نباید صرفاً تولیدکننده یا سفارش‌دهنده محکوم شود. البته بخشی از نظارت هم به هماهنگی دستگاه‌ها مربوط می‌شود برای مثال با توجه به این که هر برندی باید به ثبت شرکت‌ها برسد، داره کل ثبت شرکت‌ها باید هنگام درخواست نام برند جدید توسط یک شرکت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استعلام بگیرد. یعنی شرکت لبنیاتی «کاله» هنگام تولید برند جدید با عنوان «ماست سون» باید براساس جواب استعلام از وزارتخانه مجاز به تولید این برند شود.

یگانه (کارشناس حوزه چاپ) می‌گوید؛ باید تصریح شود که کار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فقط نظارت بر محتوای پیام است و بررسی صحت یا عدم صحت سایر موارد مانند عنوان

گواهینامه‌ها، لیسانس‌ها و ادعاها دیگر به همان حوزه مثلا وزارت بهداشت یا سازمان استاندارد باز می‌گردد. البته ارشاد باید موارد تخلفی را که می‌بیند به مراجع قانونی و یا ذی‌نفعان اطلاع دهد اما یافتن متقلب و پی‌گیری موضوع به عهده ذی‌نفع و از طریق مراجع قانونی است. (جلسه دفتر امور چاپ ۹۶/۷/۱۲)

از منظری دیگر؛ امروزه به کارگیری مواد و رنگ به کار رفته در چاپ و بسته‌بندی موضوع بسیار مهمی است که باید سالم بودن آن‌ها برای افراد و همچنین محیط زیست توسط وزارت بهداشت و سازمان حفاظت از محیط زیست تایید شود. بنابراین به نظر می‌رسد محدود کردن وظایف وزارت فرهنگ به محتوای فرهنگی محصولات چاپی باعث می‌شود سایر دستگاه‌ها هم بهتر بتوانند به موضوعات تخصصی خود در زمینه چاپ و بسته‌بندی پردازند.

سهرابی هم معتقد است؛ قوانین متعددی برای نظارت بر محتوای چاپ وجود دارد و نیازی به پیشنهاد قوانین جدید در این حوزه نیست. در کمیسیون بررسی تخلفات حوزه چاپ هم؛ تاکنون با تخلف محتوایی روبرو نبوده‌ایم که در آن عدم یا ضعف قانونی وجود داشته باشد. به هر حال نگاه حقوقدان‌ها هم این است که از جرم‌آفرینی بیشتر و زیادتر خوداری کنیم و تنها در موارد ضروری و مهم به ابزارهای حقوقی متوسل شویم. البته حوزه تقلب و جعل بسیار مهم و حیاتی است و به نظر من در این حوزه وزارت صنعت صلاحیت و توانایی بیشتری برای نظارت دارد و در نهایت مراجع قضایی از همه تاثیرگذارترند.

موضوع دیگر بحث توجه به فرهنگ جامعه برای نوشتن قوانین است که متأسفانه در کشور ما به اندازه کافی دیده نمی‌شود. برای مثال قانون تصویب کرده‌اند که باید قلم نوشتار فارسی از انگلیسی بزرگتر باشد؛ اما توجه نکرده‌اند که این یک موضوع فرهنگی است. تاوقتی مردم ما به جنس خارجی بیشتر اطمینان دارند به کالایی که قلم نوشتار انگلیسی آن بزرگتر باشد بیشتر تمایل نشان می‌دهند و در نتیجه اعمال چنین قانونی سخت‌تر می‌شود. جنسی که چاپ آن به قلم فارسی باشد در مقایسه با جنسی که چاپ آن به قلم انگلیسی باشد با اقبال کمتری روبرو خواهد شد. این یک موضوع فرهنگی است اگر مردم ما به جنس داخلی علاقه نشان دهند و تولیدکنندگان ما کیفیت جنس خود را حفظ کنند نیازی به تدوین چنین قوانینی نیست.

بخش مهم دیگر تخلفات حوزه چاپ به موضوع استفاده ابزاری از زن و عدم رعایت شئونات اسلامی مربوط می‌شود. به هر حال من معتقدم تفاوت‌هایی بین تخلفات فرهنگی

چاپخانه‌ها با سایر تخلفات آن‌ها مانند تقلب و جعل وجود دارد و این دو باید از هم متمایز شوند. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۷/۲۷)

ابوالحسنی (عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) می‌گوید؛ قوانین دست و پاگیر که برای حفظ ارزش‌ها بوده بیشتر به ارزش‌ها ضربه زده است. نباید قوانینی بگذاریم که مانع بازاریابی و کسب و کار شود. قوانین زیاد و تعریف جرم‌های متعدد در نهایت همه جامعه را مجرم خواهد کرد. ابوالحسنی معتقد است چاپخانه فقط باید مشخصات کامل سفارش‌دهنده را بگیرد و حتی نباید به گرفتن مدارک ادعاهای سفارش‌دهنده مانند مهراسنادارد و سیب سلامت ملزم شود. (محل اتحادیه چاپخانه‌داران تهران ۹۶/۷/۲۲)

در همین راستا باید گفت قوانین سخت‌گیرانه و غیرضروری مانند قانون عدم به‌کارگیری اصطلاحات بیگانه یا دستورالعمل رعایت اندازه قلم باعث شده که رفتارهای ناصادقانه‌ای شکل بگیرد. برای مثال تولیدکننده‌ای می‌گوید کالایش صادراتی است تا قوانین را رعایت نکند درحالی که در اصل کالایش در داخل توزیع می‌شود. تولیدکننده دیگری نام‌فارسی را در پشت کالا و نام انگلیسی را در روی بسته‌بندی جنس قرار می‌دهد.

آقای علینقی (رئیس هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) می‌گوید؛ راهکار اساسی برای نظارت بر کار چاپخانه‌ها در حوزه فرهنگی این است که علاوه بر تدوین و ابلاغ دستورالعملی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ دوره‌های آموزشی هم باید با همکاری اتحادیه‌ها برگزار شود. صنف باید نظر مشورتی دهد اما اختیارات و تصمیم‌نهایی باید با وزارت فرهنگ باشد. حتی در مواردی که پرسش و استعلامی لازم است صنف باید از ارشاد استعلام کند و پاسخ را به چاپخانه دهد؛ نه این که چاپخانه مستقیماً به سراغ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برود.

آقای شیرازی (عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) می‌گوید؛ دستورالعمل خوب قبل از چاپ می‌تواند جلوی بسیاری از مشکلات و تخلفات بعدی را بگیرد به شرط این که این دستورالعمل سخت‌گیرانه نباشد و مانع کسب و کار نشود. البته صنف نمی‌تواند در رسیدگی به تخلفات ورود پیدا کند زیرا تخصص و امکانات این کار را ندارد و علاوه بر این احتمالاً منجر به سوء استفاده‌ها و شکل‌گیری روابط ناسالم می‌شود.

آقای بهنام‌جو (عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) معتقد است؛ قانون باید قابل اجرا باشد وگرنه نوشتن قانون زیبا و ایده‌آلی مهم نیست. اتفاقاً قانونمندترین کشورها کمترین مواد قانونی را دارند یک قانون اصلی هست و براساس آن رفتار می‌شود. برای مثال وقتی می‌گویند

جعل و تقلب دارای این مقدار جریمه و مجازات است همه حساب کار خود را می کنند و نیازی نیست که برای تولیدکننده و چاپخانه دار، ساختمان ساز و هزار شغل دیگر قانون های متعدد نوشته شود که در نهایت هیچکدام هم به درستی اجرا نشود و جعل و تقلب همه کشور را فراگیرد.

انصاری (رییس اتحادیه چاپخانه داران استان اصفهان) می گوید؛ باتوجه به موضوع واگذاری بحث صنعتی چاپ به وزارت صنعت و همچنین رکود و کساد شدیدی در بازار؛ چاپخانه داران به اندازه ای مشکل و مسئله دارند که وقت فکر کردن به موضوعات فرهنگی مربوط به تولیدات خود را ندارند. البته از گذشته هم این بخش قضیه مشکل و دغدغه چاپخانه داران نبوده و برای ما اولویت پابرجا ننگه داشتن خودمان است که به شدت دچار تنگنا و فشارهای اقتصادی هستیم. به هرحال اضافه کنم که ما در جلسه ای که با حضور مغانی (رییس اتحادیه چاپخانه داران مشهد)، شجاع (رییس تعاونی لیتوگرافان) و دیگر رؤسای اتحادیه ها داشتیم قرار شد شجاع جمع بندی نظر چاپخانه داران استان ها را به ذکایی منتقل کنند. باتوجه به این که جنابعالی با ذکایی در تعامل هستید و نظرات ایشان را گرفته اید؛ نظر خاص دیگری ندارم. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۹/۲۷) شیروانی (مدیر چاپخانه آفتابگردان اصفهان) هم می گوید؛ عمده تخلفی که در حوزه چاپ انجام می شود مربوط به حوزه جعل و تقلب است و تخلفات فرهنگی در حاشیه قرار داد. اکثر چاپخانه داران و سفارش دهندگان با عرف جامعه آشنا هستند و مرزها را رعایت می کنند. البته در همین زمینه باید بگویم که اعمال صلیقه ای قوانین یکی از مشکلات ماست و ای کاش اگر قوانین در این حوزه تدوین می شود با حداکثر شفافیت و حداقل محدودیت باشد تا به کسب و کار ما لطمه نخورد. (مصاحبه حضوری ۹۶/۹/۲۵) لازم به ذکر برخی دیگر از چاپخانه داران با وجود اصرار محقق بر ارائه نظر در حوزه مشکلات و پیشنهادها در حوزه نظارت بر محتوای فرهنگی کالا و خدمات چاپی؛ کماکان موضوعاتی مانند نبود تسهیلات برای چاپخانه داران؛ نبودن معافیت های مالیاتی؛ تخفیف در میزان ارزش افزوده و نیاز به وام را مطرح می کردند.

واردات، صادرات و قاچاق محصولات چاپی

واردات گسترده و مداوم کالا به صورت قاچاق یکی از عوامل تاثیرگذار بر روی فضا و گفتمان حاکم بر محتوای پیام های تبلیغاتی در کشور است. به سخن دیگر، هر چقدر هم قوانین و مقررات نظارتی در حوزه چاپ و یا تبلیغات دقیق و سخت گیرانه باشد، اما قاچاق کالا به صورت گسترده و سیستماتیک وجود داشته باشد؛ آن قوانین و مقررات در عمل به خوبی تحقق نخواهند یافت. برای مثال زمانی که قاچاق گسترده در حوزه مواد آرایشی انجام می شود و کالاهای قاچاق بدون رعایت

موازن مورد نظر وارد کشور و توزیع می‌شوند؛ سخت‌تر می‌توان تولیدکنندگان داخلی را به رعایت موازن ترغیب کرد. بسیاری از این تولیدکنندگان معتقدند این وضعیت باعث می‌شود که آن‌ها به لحاظ تبلیغی در شرایط برابری با رقبای خارجی و اجناس قاچاق آن‌ها نباشد و قوانین موجود فقط برای آن‌ها اعمال محدودیت کند.

عابدینی (عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران) می‌گوید؛ در حال حاضر یکی از مشکلات و موانع مهم دو مجوزه بودن صادرات محصولات چاپی است. به این معنا که یک‌بار پیش از چاپ از ارشاد مجوز می‌گیریم و یک بار هم هنگام صادرات، گمرک از ارشاد استعلام می‌خواهد و به مجوز قبلی بسنده نمی‌کند. بنابراین در برخی مواقع صادرات زمان‌بر می‌شود و برخی تشویق می‌شوند تا از مسیرهای دیگر و بدون نیاز به این تشریفات کالاهای خود را صادر کنند. دلیل اصلی این نوع صادرات غیرقانونی که به خصوص به کشورهای همسایه (عراق و افغانستان) در حال جریان است؛ سخت‌گیری بی‌مورد است. عابدینی می‌گوید؛ دستورالعمل‌های سخت‌گیرانه و بوروکراسی پیچیده یکی از عوامل دامن زدن به قاچاق محصولات چاپی است. اگر قرار باشد چاپخانه قبل از چاپ مجوز بگیرد، هنگامی که می‌خواهد محصول چاپی را خارج کند دوباره گمرک از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استعلام کند و محصول چند هفته در گمرک بخواهد؛ هم هزینه قیمت تمام شده بالا می‌رود و هم مشتری از دست می‌رود.

عابدینی معتقد است؛ تدوین دستورالعمل پیش از چاپ خوب است اما هرچه این دستورالعمل سخت‌گیرانه و گسترده‌تر باشد، برای صادرات مشکلات بیشتری را ایجاد می‌کند. چنین دستورالعمل‌هایی نباید مانع کسب و کار شوند و یا زمینه قاچاق، رشوه‌گیری و فساد را فراهم کنند. در مورد وظیفه چاپخانه‌ها در مورد ادعاهای مطرح شده توسط سفارش‌دهنده یا تولیدکننده کالا، عابدینی می‌گوید؛ کار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه تعیین صحت مجوزها و گواهی‌نامه‌ها باید به حوزه خودش محدود شود. یعنی این‌که اگر ما مجوز سیب سلامت یا لیسانس یک شرکت خارجی را چاپ کردیم باید وزارت بهداشت یا وزارت صنعت از ما مدارک و مستندات مذکور را بخواهد. امروزه وزارت بهداشت بر دو رنگ بودن آرم سیب سلامت هم تاکید دارد و ما موظف به رعایت دستورات آن‌ها هستیم، هرچند آن‌جا هم مشکلاتی وجود دارد ولی این مشکلات را باید با وزارت بهداشت حل کنیم نه با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. برای مثال برچسب مصرف انرژی یا آرم سیب سلامت باعث می‌شود که یک کالا مانند دستمال کاغذی نرمه که تاکنون دو رنگ چاپ می‌شده مجبور شود هزینه چاپ چهار رنگ را بدهد

و در نهایت قیمت محصول بالا برود. البته برخی ادعا هم به چاپخانه‌دار هیچ ربطی ندارد برای مثال اگر شرکتی سفارش چاپ بیسکوت کرمدار داد اما در بیسکوت کرم نبود ربط به چاپخانه‌دار ندارد. (جلسه حضوری محل اتحادیه چاپخانه‌داران، ۹۶/۷/۲۶) البته مقایسه ایشان در مورد سیب سلامت با بحثی مانند کرمدار بودن یا نبودن بیسکویت؛ قیاس مع الفارق است؛ زیرا در اولی چاپخانه می‌تواند مدارک و مجوز سیب سلامت را درخواست و در پرونده سفارش‌دهنده بایگانی کند؛ اما در مورد کرم داشت بیسکویت چون به بعد از چاپ و مرحله بسته‌بندی محصول در کارخانه باز می‌گردد؛ نمی‌توان از چاپخانه‌دار انتظار تعیین صحت ادعا را داشت. مصاحبه‌های انجام شده با اعضای اتحادیه صادرکنندگان محصولات چاپی نشان می‌دهد؛ طولانی شدن زمان نظارت در مورد کالاهای چاپی صادراتی و یا وارداتی بسیار مشکل‌زا است و موجب می‌شود صادرکننده و یا واردکننده از کار خود دست بکشند و یا ترغیب شوند از روش‌های غیرقانونی به کار خود ادامه دهند.

تعیین و اعمال قوانین نظارتی سخت‌گیرانه بر تمایل شرکت‌های خارجی به سرمایه‌گذاری در داخل کشور تاثیرگذار است و باعث می‌شود آن‌ها به سرمایه‌گذاری و تولید در کشورهایی که قوانین و محدودیت‌های کمتری دارند متمایل شوند. برای مثال کارخانه مولفیکس که ابتدا در ایران مشغول تولید بود به دلیل ایجاد محدودیت برای رعایت قانون ۵۰-۵۰ یا چاپ عکس کودک و مادر... ترغیب می‌شود برای پوشش دادن بازار خاورمیانه نمایندگی کارخانه‌اش را در کشور دیگری مانند ترکیه یا امارات ایجاد کند.

پورمند (عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) می‌گوید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا می‌تواند تنگ نظری‌ها و سخت‌گیری‌ها را کنار بگذارد تا فضای کار اقتصادی فراهم باشد و به کسب و روزی مردم ضرر نرسد. تدوین قوانین متعدد و رنگارنگ فقط گلوی کسب و کار حلال را می‌فشارد و زمینه را برای تخلف فراهم می‌آورد. (مصاحبه در محل اتحادیه چاپخانه‌داران تهران ۹۶/۷/۲۲) در تایید سخنان پورمند باید گفت برخی فعالان حوزه چاپ که محصولاتشان را به کشورهای همسایه مانند افغانستان و عراق صادر می‌کردند اظهار داشتند که در اوایل تلاش می‌کردند با رعایت قوانین و از مبادی رسمی (گمرک) کالایشان را صادر کنند اما به دلیل سخت‌گیری‌های بی‌مورد و معطلی فراوان به خاطر نامه‌نگاری بین گمرک و ارشاد از این کار صرف‌نظر کردند و امروزه و به راحتی افرادی هستند که بدون هیچ معطلی کالای آن‌ها را به مقصد می‌رسانند.

قوانین و مقررات سخت گیرانه برای صدور کالا باعث مضاعف شدن کار صادرکنندگان می شود. البته این به معنای عدم نظارت بر محتوای پیام چاپی کالاهای صادراتی نیست بلکه به این معناست که این نظارت باید در مواقع بسیار ضروری و به طور محدود باشد. برای مثال باید از هر نوع تبلیغی که به وجهه کشور صدمه می زند جلوگیری شود. همچنین هر نوع تبلیغی که به طور مستقیم حاوی پیام های توهین آمیز، تبعیض آمیز و غیراخلاقی نسبت به افراد، اقوام و مذاهب است ممنوع شود. در سایر موارد به خصوص در مورد موضوعات مربوط به اخلاق و عفت عمومی و استفاده ابرزای از افراد؛ باتوجه به عرف رایج نیازی به قوانین محدودکننده بیشتری نیست. در همین راستا یکی از صادرکنندگان رنگ مو بیان می کند: به دلیل برخی سخت گیری ها نمی تواند از تصویر مو و صورت کامل زنان در روی جعبه محصول استفاده کند و همین موضوع باعث شده که رقیب های ترک یا هندی شانس بیشتری برای بازاریابی داشته باشند.

جعل و تقلب

یکی از تخلفات بسیار رایج در حوزه کار چاپخانه ها تخلفات در حوزه جعل و تقلب است. در این زمینه بهنام جو می گوید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی روی قاچاق محصولات چاپی که خیلی زیاد است هیچ نظارتی نداشته و تاکنون موفق نبوده است. هرچند آمار دقیقی نیست ولی من حدس می زنم بیش از نیمی از محصولات وارداتی یا صادراتی چاپی قاچاقی انجام می شود. (مصاحبه حضوری دفتر اتحادیه صادرکنندگان ۹۶/۷/۲۲)

البته باید دقت کرد که در موارد جعل، تقلب و تزویر محصول چاپی؛ مواردی در صلاحیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که دارای بار ارزشی و محتوای فرهنگی باشد. به سخن دیگر، پی گیری اصل موضوع جعل و تقلب متوجه ارشاد نیست و در این موارد مصرف کنندگان متضرر، مدعی العموم و سازمان های ذی ربط مانند وزارت بهداشت مسئولیت مستقیم دارند. البته در مواردی که جعل و تقلب در مورد کالاهای فرهنگی است که با مجوز و نظارت وزارت فرهنگ انجام می شود مانند کتاب یا نرم افزار بازی ها و...؛ براساس قوانین و مقررات حفظ مالکیت معنوی قابل پی گیری توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز هست.

البته بر اساس مقررات فعلی اگر در چاپخانه ای این محصولات وجود داشته باشد و مشخصات سفارش دهنده و مجوزات لازم را چاپخانه اخذ نکرده باشد تخلف کرده و با آن برخورد می شود اما در شرایط آتی که تأسیس و نظارت بر چاپخانه ها به وزارت صنعت، معدن و تجارت محول شود این دست تخلفات بدلیل محتوایی (فرهنگی - ارزشی) نبودن در حیطه اختیارات وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی برای برخورد قرار نخواهند داشت و باید توسط وزارت صنعت و مراجع ذیصلاح قضایی رسیدگی شود.

در فصل پنجم قانون مجازات اسلامی که به جعل و تزویر اختصاص دارد آمده است:

ماده ۵۲۳ - جعل و تزویر عبارتند از: ساختن نوشته یا سند یا ساختن مهر یا امضای اشخاص رسمی یا غیررسمی، خراشیدن یا تراشیدن یا قلم بردن یا الحاق یا محو یا اثبات یا سیاه کردن یا تقدیم یا تأخیر تاریخ سند نسبت به تاریخ حقیقی یا الصاق نوشته‌ای به نوشته دیگری یا به کار بردن مهر دیگری بدون اجازه صاحب آن و نظایر این‌ها به قصد تقلب.

در قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۹۲ آمده است:

ماده ۵۹ - تقلب: عبارت است از عرضه یا فروش کالا یا ارائه خدمتی که از لحاظ کیفیت یا کمیت منطبق با مشخصات کالا یا خدمت ابرازی یا درخواستی نباشد.

جعل و تقلب یکی از مسائل بسیار مهم و البته مبهم در حوزه چاپ است. هرچند آمار رسمی و تفکیک شده در این حوزه موجود نیست اما گفته‌ها حکایت از جعل و تقلب گسترده در بازار کشور است. برآزش می‌گویند؛ تولید کالاهای تقلبی در حوزه صنایع غذایی، بهداشتی و آرایشی سلامت جامعه را به شدت تهدید می‌کند. همچنین به اقتصاد و اشتغالزایی صدمه جدی می‌رساند. سودجویان با چاپ برندهای معروف از نگرش مثبت مصرف‌کنندگان نسبت به برندها سوءاستفاده می‌کنند. علاوه براین، سرمایه‌گذاری خارجی به خطر می‌افتد و تعداد محدودی مشاغل کاذب و غیرقانونی با سودآوری غیرقانونی ایجاد می‌شود. (جلسه مورخ ۹۵/۶/۲ دفتر امور چاپ)

ابراهیمی می‌گوید: فلان چاپخانه دارد برند اکسیس، نایک، آدیداس را می‌زند. می‌گویند در بازار تهران فروشگاه‌هایی است که فقط لیبل برندهای معروف را می‌فروشند. (جلسه مورخ ۹۵/۶/۲ دفتر امور چاپ) عابدینی معتقد است: بیشترین تقلب و جعل توسط چاپخانه‌هایی که پروانه ندارند اتفاق می‌افتد. در گاوداری‌های قلعه حسن خان تهران دستگاه چاپ گذاشته‌اند و کار می‌کنند. ارشاد یا وزارت صنعت یا هر جای دیگری که می‌خواهد جلوی این جعل را بگیرد باید این چاپخانه‌ها را شناسایی و پلمپ کند. (جلسه حضوری محل اتحادیه چاپخانه‌داران، ۹۶/۷/۲۶) ذکایی و برخی کارشناسان دیگر می‌فرایند تقلب و جعل به حوزه چاپ دیجیتال و دفاتر فنی آمده است و به خصوص سفارش‌های کوچک که امکان نظارت چندانی هم بر آن‌ها نیست در حال افزایش است.

میینی (عضو اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ) می‌گوید: اکثر چاپخانه‌داران به خودشان

می‌گویند اگر ما کار جعلی و تقلبی را نزنیم چاپخانه دیگری این کار را می‌کند چون وضع اقتصادی خراب است و بازار را کد است. (مصحابه حضوری دفتر اتحادیه صادرکنندگان ۹۶/۷/۲۲) به همین دلیل است که به نظر می‌رسد باید در قوانین و مجازات‌های این حوزه بازبینی اساسی انجام شود تا هرکس به انجام جعل و تقلب وسوسه نشود.

بهنام‌جو (عضو اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ) می‌گوید؛ در آمریکا مجازات جعل و تقلب؛ نزدیک به مجازات مربوط به قتل است و یکی از سخت‌ترین برخوردها با افراد متقلب می‌شود. در آمریکا مانند ایران نیست که کسی پی‌گیر جعل نباشد و در صورت گیرافتادن هم با کمی جریمه نقدی مسئله شود و جاعل کار دیگری را شروع کند. یادتان باشد که کنار رفتن بلیط کاغذی و نقدی یا حتی رایگان کردن حمل و نقل عمومی به دلیل رشد چاپ بلیط‌های تقلبی بود. همین وضعیت امروزه کل بازار ایران را گرفته و وزارت فرهنگ هم نتوانسته جلوی گسترش آن را بگیرد شاید با واگذاری به بخش صنعت بتوان کمی مهارش کرد هرچند موضوع باید به لحاظ قضایی و فرهنگی هم کار شود. بهنام‌جو ادامه می‌دهد؛ البته اصناف چون خودشان بازار و همکارانشان را می‌شناسند می‌توانند در کاهش پدیده جعل و تقلب کمک کنند. البته نباید از تاثیر افزایش مجوزها غافل شد، افزایش تعداد چاپخانه‌ها و بیکار شدن آن‌ها به افزایش احتمال جعل می‌انجامد. اگر زیاد مجوز نمی‌دادیم این‌طور نمی‌شد. (مصحابه حضوری دفتر اتحادیه ۹۶/۷/۲۲) البته در مورد نکته آخر باید گفت کاهش صرف مجوزها هم دردی را دوا نکرد. این سیاست که تا ده بیست سال پیش دنبال می‌شد به رشد فساد و خرید و فروش مجوز چاپخانه به قیمت‌های سرسام آور انجامید. به نظر می‌رسد چاره کار در تجمیع واحدهای کوچک و بنگاه سازی در کل اقتصاد کشور و از جمله در حوزه فرهنگ و از جمله حوزه چاپ و بسته‌بندی است. برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به کتاب «تجربه اقتصاد مقاومتی در ایران جهان و ایران - نوشته نظام بهرامی کمیل و همکاران؛ انتشارت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات؛ سال ۱۳۹۶»

بهنام‌جو ادامه می‌دهد کسانی که کارهای غیرقانونی می‌کنند اتفاقا با مقامات و افراد کله‌گنده در ارتباط و حتی شریک هستند. چاپخانه دارهای زیادی را می‌شناسم که به دنبال یک فرد متنفذ می‌گردند تا با آرامش خیال بتوانند از آب گل آلوده ماهی بگیرند. البته این وضعیت در همه حوزه‌های اقتصاد و کسب و کار حاکم است و از دست کسی کاری بر نمی‌آید. در آمریکا اگر فردی خلاف کند به‌طور سیستمی برای او هزینه دارد؛ برای مثال اگر تعمیرکاری تقلب کرد همه مشتریان خبردار می‌شوند. در اینجا خلاف به‌طور سیستمی انجام می‌شود. من فهمیدم جعبه

پودر رختشویی آمو را در اینجا جعل می‌کنند اما یکی از مهم‌ترین شرکت‌های بهداشتی کشور مایعنی شرکت پاکسان درون آن را پر می‌کرد و البته حتماً پشت این شرکت‌ها به اندازه‌ای گرم است که از برملا شدن موضوع نگرانی ندارند. در آمریکا هیچ شرکت معتبر و با سابقه‌ای چنین ریسکی نمی‌کند چون مجازات آن به معنی نابودی شرکت است. (مصاحبه حضوری دفتر اتحادیه ۹۶/۷/۲۲)

تمامی کارشناسانی که در این تحقیق با آن‌ها مصاحبه شد اعتقاد داشتند بیشترین و مهم‌ترین تخلفات حوزه چاپ مربوط به «جعل و تقلب» است. این افراد معتقد بودند آسیب و زیانی که از مسیر جعل و تقلب به کشور و مردم می‌رسد با تخلفی که ناشی از سایر موارد است قابل مقایسه نیست. حجتی (مدیرکل سابق دفتر تبلیغات دولت) می‌گوید: برای مثال موضوعی مانند عدم رعایت مقررات مربوط به زبان‌فارسی در مقایسه با جعل چاپ و بسته‌بندی کالاهای دارویی، بهداشتی، غذایی به مردم کمتر آسیب می‌زند؛ درحالی که برای موضوع نخست، مجلس بارها به وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی تذکر و اخطار داده و یا برای توضیح به کمیسیون فرهنگی دعوت شده؛ اما تاکنون کمتر وزیری برای موضوع تقلب که بسیار گسترده شده به مجلس رفته است. سهرابی هم معتقد است؛ مجازات‌های بازدارنده‌ای که توسط ارشاد برای جعل و تقلب اعمال می‌شود کافی نیست و اساساً این موضوع باید به دستگاه قضایی گزارش شود تا با حضور ذی‌نفعان و خسارت دیدگان موضوع پی‌گیری شود. برای مثال اگر چاپخانه‌ای کیسه چایی تقلبی زد یا کارتن و بسته‌بندی لوازم یکدیگی تقلبی را تولید کرد یا جلد دارویی را با مشخصات و ادعاهای اثبات نشده تولید کرد؛ باید متخلفین به قوه قضائیه و سازمان‌های ذی‌نفع مانند سازمان غذا و دارو یا سازمان حمایت از مصرف‌کننده معرفی شوند تا از آن مسیر سایر متخلفان و شاکیان هم شناسایی و در نهایت حکم مناسب صادر شود. به هر حال جعل و تقلب موضوعی است که باید به مراجع قضایی برود. البته در مواردی که تقلب در حوزه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است هیأت رسیدگی به تخلفات هم وجود دارد مانند چاپ غیرمجاز کتاب یا تکثیر غیرقانونی موسیقی و فیلم؛ در این موارد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند به عنوان یکی از شاکیان و دست‌اندرکاران پی‌گیری موضوع باشد و مجازات‌های جداگانه خود را برای واحد فرهنگی متخلف اعمال کند؛ هرچند حتی در این موارد هم کار اصلی بر عهده مقام قضایی است که با شنیدن ادله شاکی و ذی‌نفعان؛ حکم لازم را برای جبران خسارت و تادیب متخلف صادر کند. در مواردی هم که جعل و تقلبی در مورد گواهی‌نامه‌های گوناگون (مانند مهر استاندارد، سیب سلامت، لیسانس

شرکت‌ها، برچسب مصرف انرژی، آرم طرح ترافیک و هولوگرام‌ها) اتفاق می‌افتد دستگاه صاحب آن گواهینامه مانند وزارت صنعت و بهداشت و یا شهرداری باید پی‌گیر تقلب باشند و زنجیره متخلفین از سفارش‌دهنده و چاپخانه‌دار و توزیع‌کننده تا فروشنده و حتی مصرف‌کننده خاطی را به محاکم قضایی بکشانند. (جلسه دفتر امور حقوقی ۹۶/۷/۳۰) از آن‌جا که در بلندمدت امر تأسیس چاپخانه به وزارت صنعت خواهد رفت؛ تدوین دستورالعمل لازم‌هم می‌تواند در همان‌جا تدوین شود. به هر حال تدوین چنین موضوعی کاری فرهنگی نیست؛ هرچند در گذشته وزارت فرهنگ این کار را انجام داده است.

جعفری (بازرس و عضو هیأت مدیره چاپخانه‌داران) معتقد است؛ باید با جعل و تقلب در حوزه بهداشتی، غذایی و صنعتی که با جان و سلامت افراد ارتباط دارد برخورد شدید انجام شود. در همین راستا باید از صنف کمک خواست و آن را درگیر موضوع کرد زیرا صنف بهتر از هر مرجع دیگری می‌داند که کدام چاپخانه‌ها پرونده سیاه‌تری در حوزه جعل و تقلب دارند. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۹/۲۷)

متاسفانه سازوکارهای موجود برای رسیدگی به وضع جعل و تقلب در حوزه چاپ به هیچ وجه موفقیت‌آمیز نبوده است. هرچند آمار دقیق و رسمی در بسیاری از حوزه‌ها وجود ندارد اما با اطمینان می‌توان گفت از صنایع غذایی و حوزه بهداشت و درمان گرفته تا لوازم‌خانه و قطعات یدکی اتومبیل بین ۱۰ تا ۳۰ درصد بازار از جنس‌های تقلبی تشکیل شده است. برای مثال دست‌اندرکاران حوزه چاپ معتقدند حداقل ۳۰ درصد از چاپ مصرفی در داخل کشور تقلبی است.

سهرابی می‌گوید؛ در حوزه دارویی و بهداشتی طبق گفته مسئولان وزارت بهداشت بیش از ۶۰ درصد کالاهای ارائه شده در داروخانه‌ها تقلبی هستند. تقلب و جعلی که در حوزه چاپ و بسته‌بندی صورت می‌گیرد دارای چند ویژگی است. اول این که این نوع تخلف در شب اتفاق می‌افتد. دوم این که تقلب و جعل کار اصلی چاپخانه‌های بدون مجوز است. سوم این که جعل‌های سیستمی و گسترده توسط کارخانه‌ها و شرکت‌های بزرگی انجام می‌شود که واحد چاپ و بسته‌بندی اختصاصی خود را دارند. برای مثال برخی از این شرکت‌های بزرگ کالای قاچاق را به صورت فله‌ای وارد می‌کنند و در کارخانه خود به چاپ و بسته‌بندی آن می‌پردازند. در هر سه مورد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هیچ‌گاه قدرت نظارت نداشته و نخواهد داشت. این نوع تخلف که اساساً بحث فرهنگی بودن و نبودن آن فرع و ذیل بحث تقلب است به دستگاه‌های

دیگر مربوط است و البته ارشاد هم اگر موردی مشاهده کرد باید آن را گزارش دهد. به هر حال بحث تقلب هم مانند بحث رشوه است. در بحث رشوه هم مجازات‌هایی در قانون تخلفات اداری پیش‌بینی شده و هم در قانون مجازات اسلامی و هر دو می‌تواند اعمال شود. در مواردی هم که ما در کمیسیون مربوط در ارشاد برای چاپخانه خاطی حکمی صادر می‌کنیم، حکم را به سایر ذی‌نفعان می‌دادیم. برای مثال اگر جعبه دارویی به صورت جعلی تولید می‌شد سازمان غذا و دارو و سایر ذی‌نفعان هم در جریان قرار می‌گرفتند. فکری (معاون دفتر چاپ) می‌گوید: در موضوع جعل و تقلب این پرسش اساسی مطرح است که سهم و مسئولیت چاپخانه‌دار و همچنین سفارش‌دهنده چه اندازه است؟ آیا اگر تخلفی صورت گیرد چاپخانه‌دار مسئول است یا سفارش‌دهنده؟ (جلسه دفتر چاپ ۹۶/۶/۲).

به‌طور خلاصه؛ به گفته اکثر کارشناسان موضوع عمده تخلف در حوزه چاپ که جان و مال و امنیت مردم را تهدید می‌کند بحث جعل و تقلب است و تخلفی که در حوزه فرهنگی اتفاق می‌افتد بسیار کوچکتر از تخلفی است که در حوزه جعل و تقلب اتفاق می‌افتد. کارشناسان تأکید دارند در حوزه غذایی، بهداشتی دارویی، لوازم یدکی و... سالانه ضرر و زیان‌های عظیم مالی و جانی به کشور وارد می‌کند که با آن برخورد جدی نمی‌شود. هزینه و جریمه‌این‌گونه تخلفات چه به لحاظ شدت و چه به لحاظ سرعت رسیدگی به پرونده به حدی کافی بازدارنده نیست و برخی از چاپخانه‌ها با سبک و سنگین کردن منافع و ضرر این کار به تقلب و جعل متمایل می‌شوند. علاوه بر این، ارشاد تخصص و قدرت لازم را برای ورود به این بحث ندارد و باید وزارت صنعت، معدن و تجارت که کل این زنجیره را رصد می‌نماید متولی اصلی این نوع نظارت باشد. لازم به ذکر است در بسیاری از موارد در مرحله چاپ و بسته‌بندی اصولاً تخلفی فرهنگی روی نمی‌دهد (مانند چاپ و بسته‌بندی لوازم یدکی تقلبی اتومبیل).

از آن‌جا که موضوع جعل، تقلب و حتی فریب در ارائه کالا و خدمات یک زنجیره از اعمال خلاف قانون را تشکیل می‌دهد که از سفارش‌دهنده و تولیدکننده و سرمایه‌گذار شروع شده و تا توزیع‌کننده و فروشنده ادامه می‌یابد؛ بنابراین نمی‌توان برای برخورد با این پدیده آسیب‌زا فقط بر یک حلقه از این زنجیره تمرکز کرد. در چند دهه گذشته زمانی که وزارت صنعت تقلب و جعلی را کشف می‌کرد حداکثر با تولیدکننده یا فروشنده برخورد می‌شد و چون مجوز تأسیس چاپخانه از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر می‌شد دستگامی پی‌گیر واحدی که چاپ و بسته‌بندی کالای تقلبی را انجام داده نمی‌شد و چاپخانه‌داران متخلف با آسایش خیال به کار خود

مشغول بودند. اما با واگذاری تأسیس مجوز چاپخانه به وزارت صنعت در صورت کشف کالا و خدمات تقلبی امکان برخورد با چاپخانه متخلف توسط وزارت صنعت افزایش خواهد یافت. در همین راستا و تا هنگام واگذاری مجوز تأسیس چاپخانه به وزارت صنعت؛ پیشنهاد می‌شود از این وزارتخانه و همچنین مراجع قضایی درخواست شود به محض کشف جعل و تقلب کالا؛ نسبت به کشف واحد چاپی متخلف هم که در زنجیره جعل مشارکت داشته اقدام و نتیجه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گزارش شود تا نسبت به لغو مجوز اقدام شود.

در جمع‌بندی این بخش باید گفت کارشناسان معتقدند برای کاهش جعل و تقلب در حوزه محصولات و خدمات چاپی باید موارد زیر اعمال شود:

۱. در تقلب و جعل یک زنجیره از تخلفات روی می‌دهد و افراد متعددی درگیر هستند و نباید صرفاً بر چاپخانه‌دار تمرکز کرد؛ بلکه سفارش‌دهنده، توزیع‌کننده، تولیدکننده، فروشنده و حتی در مواردی خریدار هم مسئول هستند.

۲. در مورد واحدهای چاپی مسئولیت آن‌ها این است که احراز هویت و سایر مشخصات سفارش‌دهنده را با دقت انجام دهند و مطمئن شوند که سفارش‌دهنده نماینده تولیدکننده اصلی است.

۳. بیشترین تخلف در حوزه چاپ به موضوع جعل و تقلب و همچنین موضوع قاچاق باز می‌گردد و تخلف در حوزه فرهنگی یعنی محتوا و بار ارزشی محصولات و خدمات چاپی درصد بسیار ناچیزی از تخلف را تشکیل می‌دهد. بیشترین تخلفات در حوزه فرهنگی هم به عدم رعایت قوانین مربوط به زبان فارسی و استفاده ابزاری از زنان مربوط می‌شود.

۴. مجازات‌ها برای تمامی افرادی که در این زنجیره تخلف شرکت دارند تشدید شود و دستگاه قضایی مرجع رسیدگی و صدور احکام در حوزه تقلب و تخلف باشد. البته دستگاه‌های دیگر و حتی اصناف باید جرایمه جداگانه خود را اعمال کنند. برای مثال فردی که تخلفی در حوزه جعل و تقلب دارد باید از داشتن هرگونه واحد چاپی دیگر منع شود.

۵. ارشاد می‌تواند موضوع تقلب را به حقوق‌کپی رایت و مالکیت معنوی پیوند بزند تا سخت‌گیرانه‌تر با متخلف برخورد شود.

۶. یکی از مزایای بنگاه‌سازی و تجمیع واحدهای چاپی کوچک آن است که از یک طرف امکان نظارت بر آن‌ها بیشتر می‌شود و از طرف دیگر به دلیل تخصصی شدن کار و سرمایه‌گذاری بزرگ؛ احتمال کمتری دارد که واحد چاپی دست به اقدامی غیرقانونی بزند.

نظر کارشناسی ادارات کل استان‌ها

در زمان انجام تحقیق با عنوان «آسیب شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران» برخی کارشناسان استانی با طرح واگذاری حوزه تکنولوژیکی، صنعتی و سخت افزاری امور چاپی (مانند صدور مجوز چاپخانه و نقل و انتقال ماشین آلات) به وزارت صنعت مخالف بودند. دلیل مخالفت آن‌ها این بود که با این واگذاری اختیار، دیگر امکان نظارت بر چاپخانه‌ها نیست و آشفتگی و تخلفات گسترده فرهنگی روی خواهد داد. به همین دلیل ضروری بود تا نظر این دسته از کارشناسان که در استان‌ها مستقر هستند دریافت شود و کمبودها و ضعف‌ها در حوزه نظارت بر محصولات و خدمات چاپی از آن‌ها پرسیده شود. به همین منظور طی نامه‌نگاری و تماس‌های متعدد تلفنی از چند استان که بیشتر از همه در حوزه چاپ درگیر بودند خواسته شد به پرسش‌های زیر پاسخ دهند.

۱. وضعیت موجود نظارت بر محصولات چاپی توسط ارشاد را چگونه می‌بینید؛ مهم‌ترین نواقص فعلی در این حوزه چیست؟
۲. مهم‌ترین شکایت و نارضایتی اهالی حوزه چاپ و بسته‌بندی از نظارت بر محصولات چاپی شامل چه مواردی هست؟
۳. به نظر شما پس تدوین قوانین لازم؛ نظارت در این حوزه از چه طریق و با چه سازوکاری باید اجرا شود؟
۴. آیا در امر نظارت محتوایی بر پیام فرهنگی کالاهای چاپی مواردی مشاهده کرده‌اید که نیاز به نظارت داشته باشد اما مغفول مانده است؟
۵. عملکرد تخلفات مربوط به امر نظارت بر محتوای محصولات چاپی سال ۹۵ آن استان به تفکیک نوع تخلف چه بوده است؟

لازم به ذکر است به دلیل آن که اولویت دست یابی به پاسخ‌های کارشناسی و آگاهی از تجربیات کارمندان مسئول حوزه چاپ در ادارات کل بود؛ ابتدا پرسش‌ها برای کارشناس ده استان که بیشتر با چاپ سروکار داشتند ارسال شد. متأسفانه با وجود سه ماه پیگیری در نهایت فقط دو کارشناس نظر خود را اعلام کردند و سایر کارشناسان با امروز و فردا کردن در نهایت خواستار نامه‌نگاری کتبی و رسمی شدند. در ادامه با هشت استان مذکور نامه‌نگاری کتبی شد که در نهایت با پیگیری فراوان چهار استان پاسخ دادند که البته پاسخ دو استان هم ناقص و بی‌ربط بود. در ادامه پاسخ‌های واصله که شامل نظرات

ادارات کل و کارشناسان حوزه چاپ آن ادارات است ارائه می‌شود.

پاسخ اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کردستان (نامه شماره ۷۳۳۷ مورخ ۹۶/۸/۲۵)
۱. مهم‌ترین اشکالات و نواقص فعلی در نظارت بر محصولات چاپی توسط ارشاد چیست؟
لطف در مورد هر اشکال توضیح دهید؟
عدم وجود سامانه نظارت از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
تداخل صنفی .

عدم تأمین اعتبار مکفی جهت حمایت.
۲. مهم‌ترین اشکالات و نارضایتی چاپخانه‌داران در حوزه نظارت بر محصولاتشان در چه مواردی بوده است؟

ضعف در سامانه آموزش پایه این صنعت جهت ارتقاء سطح دانش کارگران فنی.
مغفول ماندن مزایای صنعت چاپ و بسته‌بندی جهت تشویق سرمایه‌گذاری با تدوین سند راهبردی این راهبردی این صنعت در استان‌های کم‌برخوردار و تمرکززدایی که به وضعیت مطلوب و مناسب برسیم.
عدم اعمال معافیت مالیاتی علی‌رغم نص بند ل ماده ۱۳۹ قانون مالیات‌های مستقیم کشور از سوی سازمان امور مالیاتی کشور.

وجود تداخل صنفی کانون‌های آگهی و تبلیغاتی و چاپخانه‌ها.
نبود اتحادیه چاپ در اکثر شهرستان‌های استان.
۳. به نظر شما در امر نظارت بر محصولات چاپی، ارشاد باید بر چه مواردی بیشتر نظارت داشته باشد و برای این نظارت چه سازوکاری را پیشنهاد می‌کنید؟

نظارت بر کیفیت محصولات چاپی.
نظارت بر آموزش و دانش کارگران فنی.
نظارت بر وضعیت تجهیزات فنی.
طراحی سامانه نظارتی الکترونیکی.
طراحی سیستم مدیریت کنترل کیفیت محصولات.
هدایت خط تولید چاپی کارخانجات به سمت رعایت ضوابط چاپ و نشر.

۴. آیا در امر نظارت محتوایی بر پیام فرهنگی کالاهای چاپی مواردی مشاهده کرده‌اید که نیاز

به نظارت داشته باشید اما مغفول مانده است؟

عدم توجه به جایگاه فرهنگ و ادبیات بومی و محلی خواسته جامعه مرتبط با این حوزه .
۵. عملکرد تخلفات مربوط به امر نظارت بر محتوای محصولات چاپی آن استان به تفکیک نوع
تخلف چه بوده است؟

عدم تکمیل تجهیزات در اکثر چاپخانه‌های استان از عمده تخلف‌ها محسوب می‌شود.
پاسخ اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان خراسان رضوی - (نامه شماره ۱۲۴۸۸ مورخ
۹۶/۸/۹)

پاسخ به سؤال اول:

عمدتاً محصولات چاپی چاپخانه‌ها و مراکز وابسته به دو منظور مصرف داخلی و یا صادرات به کشورهای مقصد تولید می‌شوند. غیر از محصولات فرهنگی شامل کتاب، قرآن، تقویم و سررسید و نیز جراید و نشریات که چاپ و انتشار آن‌ها مستلزم اخذ مجوزهای لازم از وزارت متبوع می‌باشد ارزشیابی سایر محصولات چاپی با ضوابط و مقررات مربوط به هر فرآورده چاپی (دارویی، بهداشتی و آرایشی، خوراکی، صنفی و صنعتی) اقدام به قبول سفارش و چاپ محصولات چاپی نمایند.
ارائه دستی مجوز محصول چاپی از سوی سفارش‌دهنده به چاپخانه و امکان هرگونه جعل و دستکاری مجوز، نبود سیستم آنلاین ارتباطی مابین چاپخانه و ادارات کل استانی و شهرستانی فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر ادارات، نهادها و مراجع ذی‌ربط و ذی‌صلاح مرتبط با محصول چاپی (بهداشت، صنایع، استاندارد و ...)، عدم تبیین و تعیین شرایط و شاخص‌های چاپ طرح‌های محصولات چاپی صادراتی، نبود سیستم نظارتی فعال و منسجم در ادارات کل استان‌ها به منظور نظارت مستمر و منظم بر عملکرد واحد چاپی و نیز محتوای محصولات چاپی از جمله اشکالات و نواقص وضعیت موجود نظارت بر محصولات چاپی می‌باشد.

پاسخ به سؤال دوم:

معمولاً مدیران مراکز چاپی شکایت و اعتراضی درخصوص اعمال نظارت بر محصولات چاپی از سوی ارشاد ندارد، اما شفافیت ملاک‌ها و شاخص‌های طرح‌های محصولات چاپی، عدم اعمال شاخص‌ها و شرایط داخلی در مورد محصولات صادراتی، ایجاد کانال ارتباطی آنلاین الکترونیکی میان ارشاد، چاپخانه‌ها و گمرکات در راستای تسریع روند بررسی و صدور مجوز چاپ و صادرات محصولات چاپی از جمله پیشنهادات و درخواست‌های مدیران واحدهای چاپی در راستای تسهیل امر نظارت می‌باشد.

پاسخ به سؤال سوم:

ایجاد کمیته‌های تخصصی نظارت بر عملکرد چاپخانه‌ها و صنایع وابسته در ادارات کل و ادارات شهرستانی، تدوین شیوه نامه و دستورالعمل اجرایی دقیق نظارتی به منظور ممانعت از اعمال سلیق شخصی در امر خطیر نظارت و نیز به کارگیری افراد مجرب و آموزش دیده، برگزاری دوره‌ها، جلسات و کارگاه‌های آموزشی توجیهی به صورت منظم و مستمر ویژه مدیران و کارکنان واحدهای چاپی، ایجاد کانال‌ها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی الکترونیکی آنلاین مؤثر و کارآمد میان چاپخانه‌ها، بخش‌های مختلف ارشاد، مراجع انتظامی و امنیتی، مؤسسات فرهنگی هنری تبلیغاتی انتشاراتی به منظور وحدت رویه و اطلاع‌رسانی سریع و به موقع همچنین تدوین دستورالعمل و شیوه نامه نظارتی حاوی شاخص‌های مورد لزوم محصولات و فرآورده‌های چاپی تولیدی مصارف داخلی و خارجی، آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی عمومی به صنوف و مردم از طریق بهره‌گیری از نشریات و جراید الکترونیکی و مکتوب.

پاسخ اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران (نامه شماره ۱۴۰۶۷ مورخ ۹۶/۹/۱۳)

پاسخ به سؤال اول:

عدم وجود بانک اطلاعات جامع مراکز چاپ مطابق با آخرین تغییرات به روز شده جهت ساماندهی چاپخانه‌ها و صنایع وابسته دارای مجوز استان تهران و جلوگیری از فعالیت مراکز غیرمجاز که موضوع حال حاضر با سامانه جامع به کندی در حال پیشرفت است. جهت برنامه‌ریزی، نظارت و بازرسی مستمر حدود ۲۵۰۰ واحد چاپخانه و خدمات تکمیلی چاپ استان نیاز به تغییر اساسی در وضعیت و توجه ویژه به بخش نظارت و افزایش محسوس تعداد بازرسی و کارشناسان، صدور احکام بازرسی و تأمین وسیله نقلیه به صورت در اختیار و تمام وقت می‌باشد.

پاسخ به سؤال دوم:

طولانی بودن روند رسیدگی به تخلفات چاپخانه جهت تسریع در روند تشکیل پرونده تخلفات ارجاعی و گردش کار مربوطه تا تشکیل جلسه نهایی کمیسیون تخلفات در وزارت متبوع و ارسال آراء جهت ابلاغ و اجرا نیازمند برنامه‌ریزی مداوم و هماهنگی دستگاه‌ها جهت به حداقل رساندن زمان رسیدگی جهت مؤثر بودن آراء صادره است.

پاسخ به سؤال سوم:

عدم توجه چاپخانه‌ها و خدمات پس از چاپ به محتوای محصولات چاپی از قبیل (تناسب نوشتاری، فرهنگ ایرانی اسلامی، اخذ مجوزهای بهداشتی و صنعتی و...) که ضرورت اصلاح

و تدوین آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه محصولات چاپی غیرکتاب (محدودیت‌ها در حوزه بسته‌بندی محصولات تولید شده در مناطق آزاد تجاری) را می‌طلبد.

پاسخ به سؤال چهارم:

با توجه به فن آوری‌های نوظهور در حوزه تکنولوژی و فضای مجازی و استفاده از آنها در آثار چاپی نظیر بارکد و ... لزوم بازنگری در آیین نامه‌ها مشاهده می‌شود.

پاسخ به سؤال پنجم:

بیشترین تخلفات در حوزه محصولات چاپی عبارتند از عدم تناسب نوشتاری و استفاده ابزاری از تصاویر، عدم اخذ مجوزهای لازم محصولات آرایش بهداشتی، صنعتی و ... از سازمان‌های ذی‌ربط است.

پاسخ کارشناس حوزه چاپ و نشر اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان غربی (اکبر کاظمی حیدرلو)

پاسخ به سؤال اول:

به واسطه نقش موثر و پر اهمیت صنعت چاپ در بسته‌بندی تولیدات حوزه سلامت، کشاورزی، بازرگانی و صنعت، حساسیت‌ها و الزامات زیادی در نظارت دقیق بر محصولات چاپی ایجاد می‌شود.

ضوابط و شیوه نامه‌های متعددی جهت تولید کارهای چاپی در بخش کتاب تقویم سررسید مطبوعات تبلیغات و همچنین کارهای چاپی غیر کتاب تدوین و ابلاغ شده است. بدون شک رفع اشکالات ذیل کارآمدی این قوانین را فراهم می‌نماید:

- پراکندگی شیوه نامه‌ها ضوابط و مقررات مرتبط با صنعت چاپ و بعضاً تداخل آنها با ضوابط بخش تبلیغات.

- اجرای سلیقه‌ای شیوه نامه‌ها به سبب عدم شفافیت مطلوب قوانین مرتبط.

- عدم تدوین بانک جامع اطلاع‌رسانی و راهنمای مقررات صنعت چاپ و نشر.

پاسخ به سؤال دوم:

عدم دسترسی مدیران مسئول چاپخانه‌ها و صنایع وابسته به قوانین چاپ آثار مذهبی، قومی، تاریخی، ملی و محصولات چاپی حوزه بسته‌بندی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همراهی وزارت صنعت معدن و تجارت وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی وزارت جهاد کشاورزی و سازمان ملی استاندارد می‌توانند با تجمیع قوانین و مقررات مرتبط با صنعت چاپ و رفع اشکالات

مرتبط می‌توانند با ایجاد سامانه اطلاع‌رسانی یا ایجاد سایت و طراحی نرم افزارهای مخصوص تلفن همراه و چاپ کتابچه پرتیراژ، قوانین حوزه چاپ و تبلیغات و بسته‌بندی را در دسترس مدیران و فعالان صنعت چاپ قرار دهند.

پاسخ به سؤال سوم:

بدیهی است انتظار می‌رود قبل از اجرایی شدن طرح تفکیک وظایف و اختیارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه چاپ و تفویض بخش صنعتی چاپ به وزارت صنعت، آیین‌نامه نظارت محتوایی بر محصولات چاپ در سه بخش "عمقی و شکلی"، "صنعتی" و "فرهنگی" تدوین یا نگارش شده و با شفافیت کامل به تمام ابهامات اقلام چاپی در بخش‌های زیر پاسخگو باشد:

- ناهنجاری‌ها حساسیت‌ها منفی خلاف موازین اسلامی ملی و قومی.
- شبهات مربوط به ارزش‌ها و فرهنگ‌های محلی.
- چارچوب‌های خلاف عفت عمومی و اخلاقی یا هتک حرمت مسولین و افراد.
- اشاره صریح به جرایم و موارد غیر قانونی در چاپ محصولات آموزشی، کمک آموزشی، دینی و موارد چاپی محل امور اقتصاد، تجارت و صنعت
- ممنوعیت‌ها، جرایم و نحوه برخورد با استفاده از کلمات، برندها و آژهای بیگانه و عدم بهره‌مندی از دفتر پلمپ شده قانونی.
- تدوین قانون طراحی بسته‌بندی جهت چاپ کارتن یا جعبه برای بسته‌بندی اقلام تولیدی و صنعتی.

پاسخ کارشناس حوزه چاپ و نشر اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم
(محمد حسن اکرمی)

پاسخ به سؤال اول:

صنعت چاپ شامل دو بخش سخت‌افزاری (ماشین‌آلات، مکان و...) و نرم‌افزاری (نظارت و بازرسی) است که رسیدگی به امور هر دو بخش توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شود. در سال‌های اخیر بحث‌هایی در خصوص تفکیک این دو بخش مطرح شده مبنی بر این که بخش سخت‌افزاری به وزارت صنعت، معدن و تجارت واگذار و بخش نرم‌افزاری که شامل نظارت و بازرسی است به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار گردد. طبق بررسی‌ها و نظرخواهی‌هایی که از صنف چاپ انجام گردیده، اکثریت قریب به اتفاق اهالی صنعت چاپ، با واگذاری بخش صدور پروانه چاپخانه و واحدهای وابسته و بخش صنعتی مثل تهیه مکان و ماشین‌آلات چاپ، به

وزارت صنعت، موافق می‌باشند. اما نظارت بر چاپ محتوای کتاب و محصولات چاپی، به دلیل فرهنگی بودن موضوع، می‌بایست در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد.

بحث نظارت بر محتوای کتاب برمی‌گردد به صدور مجوز قبل از چاپ کتاب توسط دبیرخانه نظارت بر ضوابط نشر کتاب که در ادارات کل ارشاد استان‌ها مستقر است. دبیرخانه یاد شده پس از بررسی و صدور مجوز قبل از چاپ، به ناشر و چاپخانه اجازه چاپ کتاب را می‌دهد. این نوع نظارت به سهولت انجام می‌شود. یعنی بازرس اداره کل پس از مراجعه به چاپخانه، از متصدی آن واحد چاپی، مجوز چاپ کتاب را درخواست می‌کند و مسئول چاپخانه نیز وظیفه دارد مجوز را به بازرسی جهت نظارت ارائه نماید. چنانچه کتابی بدون مجوز در حال چاپ باشد، بازرس با صدور اخطار از خروج کتاب جلوگیری کرده تا سفارش‌دهنده، اقدام به اخذ و ارائه مجوز کتاب نماید. مهم‌ترین اشکالات و نواقص فعلی در نظارت بر محصولات چاپی توسط ارشاد مختصراً به شرح ذیل اشاره می‌شود:

۱. سخت‌گیری‌های زیادی در رابطه با محتویات چاپ و اخذ مجوز وجود دارد. این امر مشکلاتی را به دنبال دارد. از جمله این که موجب کاهش متقاضیان چاپ شده بعضی از مراجعان به دلیل همین سخت‌گیری‌ها، یا بدون مجوز اقدام به چاپ کتاب و محصول خود می‌نمایند، یا جهت اخذ مجوز، به استان‌های دیگر مراجعه می‌کنند.

۲. مدت زمان صدور مجوز کتاب. بسیاری از متقاضیان برای چاپ کتاب عجله دارند. لذا زمان برای آن‌ها مهم است. به همین سبب طولانی شدن صدور مجوز کتاب باعث نارضایتی مراجعان می‌گردد.

۳. عملکرد سلیقه‌ی بررسان کتاب در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز یکی دیگر از مشکلات نظارت است. مثلاً کتابی توسط یک بررس در یک استان، غیرمجاز شناخته می‌شود ولی همان کتاب با همان محتوا در استانی دیگر مجاز می‌شود.

۴. مشکل دیگر در خصوص صدور مجوز برای محصولات چاپی غیرکتاب است. برای صدور مجوز محصولات چاپی غیرکتاب، متقاضی باید مدارک بسیاری ارائه نماید که گاهاً تهیه این مدارک برای متقاضی یا بسیار سخت است یا غیرممکن. لذا برخی از مراجعان برای چاپ محصول خود بدون مراجعه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اقدام به چاپ محصول خود نموده که نظارت بر آن‌ها را بسیار مشکل می‌کند.

۵. یکی از مهم‌ترین مشکل نظارت بر محصولات چاپی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،

کمبود نیروی انسانی و کمبود امکانات بخصوص وسیله نقلیه می باشد. در برخی از استان‌هایی که چاپ و نشر بالایی دارند (مثل استان‌های تهران، قم، خراسان رضوی و ...) به دلیل وجود مراکز چاپ، صحافی و لیتوگرافی بسیار زیاد و متعدد و کمبود بازرسی و وسیله نقلیه، نظارت و بازرسی را با مشکلات فراوانی روبرو کرده است. برخی از مراکز چاپ مثل چاپخانه‌های دیجیتال که خرید و فروش دستگاه‌ها و ماشین‌آلات آن‌ها به سهولت انجام می‌شود (دسترسی به دستگاه‌های چاپ دیجیتال بسیار آسان است)، نسبت به اخذ پروانه فعالیت اقدام ننموده که به دلیل کمبود نیروی انسانی باعث ایجاد مشکلاتی در امر نظارت می‌گردد.

واردات بی‌رویه دستگاه‌های دیجیتال و نبود نظارت بر ورود و پخش دستگاه‌های چاپ دیجیتال، باعث شده چاپخانه‌های کوچک و زیرزمینی بسیاری در زمینه چاپ فعالیت داشته باشند که کار نظارت بر این گونه واحدها توسط ارشاد بسیار سخت و گاه غیرممکن است. ۶. پراکندگی چاپخانه‌ها در سطح شهر، عدم دسترسی بازرسان در مدت زمان کوتاه و کمبود نیروی انسانی باعث شده نظارت بر محصولات چاپی به شدت کاهش یابد.

پاسخ به سؤال دوم:

همان‌طور که در پاسخ سؤال قبل هم اشاره شد، مواردی از قبیل: طولانی شدن مدت زمان صدور مجوز، سخت‌گیری در صدور مجوز، نحوه صدور مجوز محصولات چاپی غیرکتاب، همچنین وجود چاپخانه‌های غیرمجاز (بخصوص چاپخانه‌های دیجیتال، سیلک اسکرین و ...) مهم‌ترین شکایت و نارضایتی چاپخانه‌داران در حوزه نظارت بر محصولاتشان می‌باشد.

پاسخ به سؤال سوم:

ارشاد باید بر محتوای تمامی کتاب‌ها، جزوات، پوسترها، تصاویر تبلیغاتی، اسامی و متن‌ها نظارت کامل داشته باشد. برای بهتر شدن نظارت بر عملکرد چاپخانه‌ها موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

۱. ملزم کردن ناشران جهت نظارت بر محتویات آثار خود. ۲. سهولت در صدور مجوز کتاب و محصولات چاپی در مدت زمان کم. ۳. سهولت در صدور مجوز محصولات چاپ غیرکتاب با کم کردن مدارک درخواستی. ۴. تجمیع چاپخانه‌ها با ایجاد شهرک‌های صنعتی چاپ و نشر. ۵. افزایش نیروی انسانی و امکانات از جمله وسیله نقلیه. ۶. استفاده از امکانات سایر نهادها مثل اتحادیه چاپخانه‌داران.

پاسخ کارشناس حوزه چاپ و نشر اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قزوین
(نسرین میرزایی)

پاسخ به سؤال اول: (مهم‌ترین اشکالات و نواقص فعلی در نظارت بر محصولات چاپی توسط
ارشاد چیست؟)

طبق ماده ۷ دستورالعمل رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۹۲/۳/۱۰ و موارد قابل طرح در کمیته استانی، در صورت اعلام شکایتی از سوی شخص حقیقی یا حقوقی به این اداره کل موارد در جلسه بررسی و پیگیری می‌شود. مهم‌ترین اشکال در این بخش شفاف نبودن در مورد ۳ بند قابل طرح می‌باشد که موجب سلیقه‌ای شدن تصمیم در جلسات می‌گردد. ضمناً با توجه به عدم حضور تیم بازرسی در استان عملاً بازدید از واحدهای چاپی نمی‌شود مگر در مواقع خیلی ضروری.

در مورد محصولات چاپی که برای صادرات تولید می‌شود تعداد محدودی از واحدهای چاپ و بسته‌بندی به این اداره کل جهت صدور مجوز طرح چاپی مراجعه می‌کنند که تاکنون مشکلی نبوده و برای همه طرح‌ها مجوز چاپ صادر شده است و اکثریت از طریق واسطه‌ها از راه‌های دیگر محصولات خود را به کشورهای حوزه خلیج فارس صادر می‌کنند و به همین دلیل آمار واقعی از میزان صادرات محصولات چاپی موجود نمی‌باشد.

در مورد محصولات داخلی هم خیلی محدود مراجعه‌ای از سوی واحد چاپی یا متقاضی به این اداره کل مشاهده می‌شود و مدیران چاپ با توجه به سابقه کاری خود و اشراف بر مقررات جاری کشور خود موارد را رعایت می‌کنند و در صورت بروز مشکلی در این حوزه با اداره کل در این خصوص مشورت می‌نمایند.

پاسخ به سؤال دوم: (مهم‌ترین شکایت و نارضایتی چاپخانه‌داران در حوزه نظارت بر محصولاتشان در چه مواردی بوده است؟)

اکثر متقاضیان کار چاپی تمایل دارند از زبان غیرفارسی بر روی محصول چاپ شده خود استفاده کنند و از این که مدیر واحد چاپ و یا اداره کل اعلام می‌کند که طبق قانون نمی‌توانند چاپ کننده شاکمی می‌شوند و یا از طریق غیرقانونی محصولاتی به عنوان مثال تجهیزات خوردرو از چین وارد کشور می‌کنند و می‌خواهند بسته‌بندی‌های آن با قید تولید در آلمان چاپ شود که اگر واحد چاپی مخالفت کند؛ سفارش دهند به راحتی اعلام می‌کند مرکز چاپی دیگری هست که چاپ می‌کند!! که جای تأمل دارد کجا و چگونه؟! در کل کلیه واحدهای چاپی از شفاف

نبودن قانون شاکی هستند که چرا در استانی چاپ تصویر یا نوشته‌ای آزاد در استانی دیگر ممنوع و خلاف است!!!

پاسخ به سؤال سوم: (به نظر شما در امر نظارت بر محصولات چاپی ارشاد باید بر چه مواردی بیشتر نظارت کند و برای این نظارت چه سازوکاری را پیشنهاد می‌کنید؟)

به نظر می‌رسد با توجه به سیاست دولت مبنی بر کوچک شدن بدنه دولت و کاهش نیرو در ادارات بخش نظارت هم به صنف واگذار شود چون عملاً در استان‌ها تیم بازرسی وجود ندارد. پیشنهاد می‌گردد؛ قوانین دقیق و شفاف استخراج شود و به صورت pdf در سامانه جامع چاپ و یا هر جایی که تشخیص می‌دهند جاگذاری شود تا متقاضیان به هنگام ثبت نام با مطالعه آن و آزمون کامپیوتر با قوانین آشنا شوند و خود مدیر واحد چاپی به عنوان نماینده مطلع، قوانین و مقررات جاری کشور را رعایت نماید و مطلع باشد که در صورت عدم رعایت قوانین مرجع بالادستی با وی برخورد قانونی می‌نماید. ضمناً پیشنهاد می‌گردد برای صادرات محصولات چاپی منعی مطرح نشود تا بتوانند صادرات را افزایش دهند مثلاً چاپ لیل‌های و لفاف‌های محصولات که در ایران منع تولید دارند ولی در کشور دیگر منعی ندارد توسط چاپخانه‌های ایران تولید شود و باعث ارز آوری در کشور شود و همچنین چیزی که خیلی مهم هست جلوگیری از قانون کالاست باید جلوی ورود کالاهای قاچاق گرفته شود چون همین کالاهای در برخی از واحدهای چاپی بسته‌بندی می‌شود و به نام برندهای معروف و کشورهای چینی چون آلمان در بازار متاسفانه توزیع می‌شود.

جمع‌بندی نظر کارشناسان حوزه چاپ و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی نشان می‌دهد: باوجود پی‌گیری‌های متعدد کارشناس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انگیزه و علاقه‌ای به موضوع چاپ و به خصوص نظارت بر محتوای فرهنگی محصولات چاپی در استان‌ها وجود ندارد. مشخص نیست کارشناسانی که انگیزه و دانش کافی برای پرداختن به موضوعات فرهنگی حوزه چاپ را ندارند؛ چگونه سال‌ها مسئولیت نظارت بر مباحث صنعتی و فنی حوزه چاپ را انجام می‌داده‌اند. یافته‌های این قسمت بازهم تأیید کننده درستی نتایج تحقیق قبلی (آسیب‌شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران)؛ است که در آن به لزوم ضرورت واگذاری مباحث صنعتی و سخت‌افزاری حوزه چاپ به وزارت صنعت، معدن و تجارت اشاره شده بود.

گفتار دوم: بررسی قوانین و مقررات مربوط به نظارت بر حوزه چاپ

آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته (مصوب هیأت دولت ۱۳۷۱)

هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۷۱/۹/۱ بنا به پیشنهاد شماره ۱۹۴۳/۸۷/۳۳۸ مورخ ۱۳۷۰/۰۳/۱۹ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و در اجرای بند (۱۶) ماده (۲) قانون «اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» مصوب ۱۳۶۵ آیین نامه تأسیس و نظارت چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته را به شرح زیر تصویب نمود:

ماده ۱۱- بازرسان وزارت مجازند در زمان فعالیت چاپخانه و واحدهای وابسته به آن از محل و فعالیت آن بازدید نمایند.

ماده ۱۲- هر چاپخانه موظف است: کلیه سفارش‌های چاپی را با ذکر نوع، مشخصات سفارش دهنده، تاریخ دریافت و تحویل در دفتر پلمپ شده قانونی ثبت نماید.

تبصره ۱- چاپ اعلانات و نشریاتی که سفارش دهنده آن معلوم نیست ممنوع است. مدیر چاپخانه موظف است موارد خلاف را به وزارت اطلاع دهد.

تبصره ۲- دارنده پروانه موظف است در چاپ کتاب، مقررات و ضوابط مربوط را رعایت نموده، مشخصات هر کتاب را مطابق دستورالعمل ابلاغی در آن قید کرده و نمونه‌ای از کلیه کتاب‌هایی که چاپ می‌شود را به وزارت تسلیم نماید.

تبصره ۳- چاپخانه‌ها مکلفند پیش از خروج کتاب از چاپخانه یا صحافی، برگه اعلام وصول را مطابق دستورالعمل وزارت دریافت نمایند.

ماده ۱۳- چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته باید پیش از چاپ سفارش‌های زیر، مجوز کتبی وزارت را از ناشر یا مؤلف درخواست و اخذ نمایند؛ چاپ سایر سفارش‌ها به موجب دستورالعمل وزارت خواهد بود.

الف: قرآن مجید. ب: کتب کودکان و نوجوانان. ج: کتب مربوط به مسائل آموزش نظامی. د: کتب حل المسائل درسی و کمک آموزشی. ه: کتب مربوط به آموزش علائم راهنمایی و رانندگی. ز: کتب تستی مربوط به کنکورهای ورودی راهنمایی و دبیرستان. (مدارس تیزهوشان) ح: کتب مربوط به روابط زناشویی و مسائل جنسی. ط: کتب ورزشی. ی: کتب مربوط به اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی. ک: تقویم و سررسید.

تبصره - اخذ مجوز پیش از چاپ برای دستگاه‌های دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی و ناشرانی

که بر اساس مقررات ابلاغی وزارت، اختیار انتشار هر يك از كتب موضوع این ماده را دارند؛ ضروری نیست. وزارت فهرست دستگاه‌ها و نشرانی را که نیازی به اخذ مجوز قبلی ندارند، به اطلاع چاپخانه‌ها می‌رساند.

ماده ۱۴- کارخانه‌ها یا کارگاه‌هایی که چاپ بر روی محصولات آن‌ها جزو تفکیک ناپذیر تولید محسوب می‌گردد موظفند مجوز چاپ طرح‌های خود را از وزارت اخذ نمایند.

ماده ۱۵- سفارش‌دهنده و چاپخانه مربوط موظفند برای چاپ مطبوعاتی که به‌طور روزانه یا هفتگی یا ماهانه چاپ آن تکرار می‌شود قراردادی در دو نسخه میان خود مبادله نمایند. يك نسخه از قرارداد به منزله سفارش‌نامه در چاپخانه نگهداری می‌شود.

تبصره - در مورد مطبوعات هیچیک از چاپخانه‌ها مجاز نیستند، بدون مطالبه و ملاحظه امتیاز، اقدام به چاپ آن نمایند.

ماده ۱۶- دارنده موافقت‌نامه تأسیس و پروانه، حق انتقال موافقت‌نامه تأسیس و پروانه خود را به دیگری ندارند، مگر با اجازه و موافقت قبلی وزارت.

ماده ۱۷- ورود، خرید و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ و دستگاه‌های لیتوگرافی موضوع این آیین‌نامه توسط دارندگان موافقت‌نامه تأسیس و پروانه بلامانع است و با موافقت قبلی وزارت انجام می‌گیرد.

ماده ۱۸- هرگونه تغییر مکان دستگاه‌های چاپ و لیتوگرافی، باید با موافقت قبلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شود.

تبصره - قبل از انتقال ماشین‌آلات چاپ به مکان جدید، ارائه تأییدیه به موارد مذکور در ماده (۱۰) الزامی است.

ماده ۱۹- هرگاه دارنده پروانه موضوع این آیین‌نامه، قصد تعطیل موقت یا دائم کارگاه خود را داشته باشد باید قبلاً مراتب را با ذکر مدت، به وزارت اطلاع دهد.

ماده ۲۳- تخلف از مقررات این آیین‌نامه، حسب مورد، موجب جلوگیری از فعالیت و تعطیل موقت چاپخانه و واحدهای وابسته به آن می‌شود.

تبصره - تشخیص تناسب تخلف و میزان مجازات به عهده کمیسیون منتخب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

ماده ۲۴- نیروی انتظامی در سراسر کشور مکلف است بنا به اعلام کتبی وزارت، از فعالیت واحدهای متخلف یا فاقد پروانه جلوگیری نماید.

ماده ۲۵- از تاریخ تصویب این آیین نامه کلیه مقررات مغایر ملغی است وزارت مأمور اجرای این آیین نامه است .

حسن حبیبی - معاون اول رئیس جمهور

تحلیل حقوقی:

یکی از انتقادات کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به واگذاری دستگاه‌های چاپ (ورود و نقل و انتقال آن) به وزارت صنعت، معدن و تجارت و اصناف این بود که ابزار نظارتی وزارت مذکور از آن گرفته خواهد شد و دیگر امکان بازرسی وجود ندارد. این مسئله حتی در معاونت مطبوعاتی در خصوص چاپخانه‌هایی که به چاپ روزنامه می‌پردازند نیز وجود داشت. با این وصف باید گفت که ماده (۱۱) آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته اساساً این اجازه بازدید و نظارت را تنها معطوف به دستگاه‌ها و ماشین آلات ندانسته و به استناد این ماده امکان بازدید وجود دارد و اگر اصلاحیه مواد (۱۷) و (۱۸) آیین نامه اخیرالذکر هم مصوب شود به استناد همین ماده می‌توان از چاپخانه‌ها بازدید نمود و از ضمانت اجرای ماده (۲۳) آیین نامه و کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها برای واحدهای متخلفی که اجازه بازرسی و بازدید نمی‌دهند استفاده کرد.

اما مسئله و نکته اساسی اینجاست که اگر لایحه اصلاحیه بند (۱۶) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب شود و طی آن صرفاً نظارت بر محتوای محصولات چاپی به عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تأسیس چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته به عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار گیرد، آیا کماکان آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها مصوب ۱۳۷۱ هیأت محترم وزیران که در اجرای بند (۱۶) ماده (۲) اخیرالبیان تصویب گردیده است نیز به قوت خود باقی است یا نه؟ چرا که اساساً اگر با تصویب لایحه اصلاحیه این آیین نامه در بخش‌های مهمی دیگر قابلیت اجرا ندارد و به نظر می‌رسد بخش‌هایی که مربوط به نظارت باشد کماکان به قوت خود باقی است. لذا لازم است با همکاری وزارتین موصوف بعد از تصویب لایحه بلافاصله آیین نامه سال ۱۳۷۱ اصلاح و بازنگری شود.

تحلیل فرهنگی:

در خصوص ماده ۱۱ باید گفت: این ماده یعنی بازرسی از چاپخانه‌ها به دلایل متعدد مانند عدم نیرو و امکانات در عمل اجرا نمی‌شود. به گفته چاپخانه‌داران حتی در زمانی هم که اجرا می‌شود عامل برخورد سلیقه‌ای و ایجاد فساد و رشوه‌گیری هست. همچنین با واگذاری بحث

مجوز ماشین آلات و تأسیس چاپخانه عملاً چنین درخواستی غیر ممکن است؛ البته نیازی هم به آن نیست. در مواردی که احتمال جعل و تقلب است می توان اختیاراتی را به صنف برای پی گیری موضوع و ارائه گزارش به مقامات ذی صلاح اندیشید.

در خصوص ماده ۱۲ باید گفت: این ماده برای لایحه پیشنهادی بسیار ضروری و مهم است و باید در هرگونه پیشنهادی دیده شود. البته برخی از چاپخانه داران تمایل دارند این مسئولیت را از دوش خود بردارند اما احراز هویت و گرفتن مدارک مستند و رسمی سفارش دهند برای اعمال نظارت های بعدی امری ضرور است.

در خصوص ماده ۱۳ باید گفت: این ماده با مشورت معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید دوباره تکرار شود.

دستورالعمل بررسی تخلفات حوزه چاپ

به استناد بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب سال ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی و تبصره ذیل ماده ۲۳ آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه ها و واحدهای وابسته مصوب جلسه ۱۳۷۱/۹/۱ هیأت وزیران و همچنین بندهای ۵ و ۱۲ وظایف واحدهای استانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دستورالعمل رسیدگی به تخلفات چاپخانه ها و صنایع وابسته به شرح زیر به تصویب رسید.

ماده ۱- کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه ها و واحدهای وابسته: به منظور نظارت، بررسی، تحقیق و رسیدگی به تخلفات چاپخانه ها و واحدهای وابسته، کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه ها و واحدهای وابسته با ترکیب ذیل و در معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می شود:

۱- معاون امور فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی / عضو و رئیس

۲- مدیرکل دفتر امور چاپ / عضو و دبیر

۳- مدیرکل دفتر حقوقی و مالکیت معنوی / عضو

۴- رئیس مرکز حراست / عضو

۵- یکی از فعالان و متخصصان عرصه چاپ / عضو

تبصره ۱- دبیرخانه کمیسیون: به منظور بررسی و تکمیل پرونده ها و تحقیقات مربوط به تخلفات چاپخانه ها و واحدهای وابسته و انجام سایر امور ارجاعی از سوی کمیسیون؛ دبیرخانه کمیسیون در

- دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و زیر نظر دبیر تشکیل می‌گردد.
- تبصره ۲- حکم اعضای کمیسیون توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر می‌گردد.
- تبصره ۳- جلسات کمیسیون با حضور حداقل ۴ نفر از اعضا رسمیت می‌یابد. اتخاذ تصمیم در جلسات به نحو اکثریت است. در صورت تساوی آرا، نظری که رییس کمیسیون با آن موافق است ملاک عمل خواهد بود.
- تبصره ۴- عضو موضوع بند ۵ این ماده، به پیشنهاد معاون امور فرهنگی و به مدت ۲ سال منصوب می‌شود و تمدید عضویت ایشان بلامانع است.
- تبصره ۵- در غیاب رییس کمیسیون، ریاست جلسات بر عهده دبیر می‌باشد.
- تبصره ۶- در صورت غیبت پی در پی بیش از ۳ جلسه عضو موضوع بند ۵، فرد دیگری به پیشنهاد رییس کمیسیون برای صدور حکم به وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی معرفی می‌شود.
- تبصره ۷- دبیر کمیسیون می‌تواند با تایید رییس کمیسیون جهت تسهیل و تسریع در روند رسیدگی و نظارت، از کارشناسان، متخصصان و فعالان صنفی به عنوان مطلع جهت حضور در جلسه دعوت به عمل آورد.
- تبصره ۸- کمیسیون می‌تواند در چارچوب پرونده مورد رسیدگی، هرگونه تحقیق و بررسی کارشناسانه برای احراز وقوع تخلف را به عمل آورده و از مراجع قانونی از جمله اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی، نیروی انتظامی استعلامات لازم را معمول نماید و همچنین می‌تواند مدیر واحد چاپی و در صورت وجود شاکی یا مرجع اعلام‌کننده تخلف ایشان را جهت شرکت در جلسه دعوت نموده و اظهارات ایشان را در صورت جلسه ثبت و درج نماید و لوایح دفاعیه و تصویر مدارک ارائه شده را اخذ و در پرونده ضبط و به امضاء حاضرین برساند. عدم حضور هر یک از طرفین در جلسه رسیدگی مانع از اتخاذ تصمیم قانونی کمیسیون نخواهد بود.
- ماده ۲- کمیته‌های تحقیق و بررسی ستاد: به منظور تکمیل تحقیقات و پرونده‌های مطروحه، همچنین برقراری و تسهیل ارتباط با کمیته‌های استانی، اعلام نظر و انجام سایر امور ارجاع شده از سوی کمیسیون، کمیته تحقیق و بررسی در محل دبیرخانه و با حضور اعضای ذیل تشکیل می‌گردد:
- ۱- مدیرکل دفتر امور چاپ / عضو و رییس ۲- یک نفر از متخصصان و فعالان عرصه چاپ
/ عضو ۳- معاون دفتر چاپ / عضو
- ۴- معاون دفتر حقوقی و مالکیت معنوی / عضو ۵- معاون مرکز حراست / عضو
- تبصره ۱- عضو موضوع بند ۲ از میان یکی از چاپخانه‌داران فعال، متعهد و آشنا به مسایل حقوقی

یا امور چاپ و واحدهای وابسته توسط مدیر کل امور چاپ برای مدت ۲ سال انتخاب می شود و تمدید عضویت وی بلامانع است. همچنین در صورت غیبت پی در پی بیش از ۳ جلسه وی، عضو مذکور عزل و فرد واجد شرایط دیگری توسط مدیر کل چاپ انتخاب و حکم انتصاب وی صادر می گردد.

تبصره ۲- رییس کمیته می تواند در هر یک از جلسات از متخصصان، کارشناسان یا فعالان عرصه چاپ جهت حضور در جلسات این کمیته دعوت به عمل آورده و از نظرات تخصصی آنها بهره گیرد.

تبصره ۳- حکم رییس کمیته توسط رییس کمیسیون و حکم اعضای کمیته توسط دبیر کمیسیون صادر می گردد.

تبصره ۴- در پرونده های ارجاعی توسط کمیسیون و مواردی که نیاز به اعلام نظر کمیته باشد؛ نظر همه اعضا در صورت جلسه درج و به کمیسیون ارسال می گردد.

ماده ۳- کمیته تحقیق و بررسی استانی: به منظور تسهیل رسیدگی به تخلفات چاپخانه ها و نظارت بر عملکرد آنها، کمیته تحقیق و بررسی زیر نظر کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه ها در هر یک از ادارات کل استان ها با ترکیب زیر تشکیل می گردد:

۱. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان / عضو و دبیر ۲. یک نفر از متخصصان و فعالان عرصه چاپ / عضو ۳. کارشناس مسئول امور چاپ یا در صورت عدم وجود، کارشناس امور چاپ اداره کل استان / عضو ۴. مدیر امور حقوقی یا در صورت عدم وجود، کارشناس حقوقی اداره کل استان / عضو ۵. مدیر حراست اداره کل استان / عضو

تبصره ۱- حکم عضویت دبیر کمیته توسط معاون امور فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر و احکام سایر اعضا توسط مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و دبیر کمیته صادر می گردد.

تبصره ۲- عضو موضوع بند (۲) از میان یکی از چاپخانه داران فعال، متعهد و آشنا به مسائل حقوقی یا امور چاپ و واحدهای وابسته توسط مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان برای مدت دو سال انتخاب می شود و تمدید عضویت وی بلامانع است.

تبصره ۳- جلسات کمیته با حضور حداقل سه نفر از اعضاء تشکیل و رسمیت می یابد.

تبصره ۴- در صورت غیبت پی در پی بیش از ۳ جلسه ی عضو موضوع بند (۲)، عضو مذکور عزل و فرد دیگری توسط مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان انتخاب و حکم انتصاب وی صادر می گردد.

ماده ۴- وظیفه کمیته‌های تحقیق و بررسی مستقر در استان‌ها؛ تشکیل پرونده، تحقیق از مطلعین یا استعلام رسمی از مراجع ذیصلاح، دعوت از متخلفین و عنداللزوم ثبت اظهارات ایشان، انجام مکاتبات اداری لازم، تکمیل سوابق، ثبت و ضبط سوابق تخلفاتی از طریق پلمپ کالاهای غیرمجاز چاپی یا انتقال به محل مورد نظر تا تعیین تکلیف نهایی توسط کمیسیون، جلوگیری از فعالیت و پلمپ دستگاه‌های بدون مجوز یا پروانه فعالیت تا تعیین تکلیف نهایی توسط کمیسیون، انجام سایر امور ارجاعی از سوی کمیسیون و اعلام گزارش و پیشنهاد به کمیسیون می‌باشد.

تبصره- در صورت پلمپ یا ضبط کالاهای چاپی یا وقوع جرم و ضرورت طرح موضوع در مراجع قضایی، کمیته‌های تحقیق استانی مکلفند حداکثر ظرف دو هفته پرونده را به کمیسیون ارسال نمایند.

ماده ۵- جلسات کمیته‌ها حداقل دو بار در ماه با دعوت از اعضا و جلسات کمیسیون حداقل یک‌بار در ماه و با دعوت قبلی از اعضا تشکیل می‌گردد.

ماده ۶- تشکیل پرونده برای هر مورد از تخلف بر مبنای مستندات ارائه شده از سوی مراکز و سازمان‌های حقوقی و امنیتی، نتایج بررسی کارشناسان و بازرسان ادارات کل و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیز شکایت یا اعلام تخلف اشخاص حقیقی و حقوقی اعم از دولتی و غیردولتی انجام می‌شود.

تبصره - در صورت اطلاع اداره کل استان و یا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از وقوع تخلف و یا محکومیت واحد چاپی در مراجع قضایی، کمیته مربوطه موظف به تشکیل پرونده و اعلام آن به کمیسیون بر اساس این دستورالعمل است.

ماده ۷- موارد تخلف قابل طرح در کمیته‌های تحقیق و نظارت و کمیسیون به شرح ذیل می‌باشد:
۱- چاپ تصاویر، علائم، اسامی و متن‌های خلاف موازین قانونی، نظم عمومی، اخلاق حسنه و عفت عمومی

۲- استفاده از تصاویر و عنوان پیشوایان مذهبی و مقامات عالی رتبه کشوری روی کارهای چاپی مربوط به محصولات و نمونه‌های چاپی

۳- استفاده از علائم، تصاویر و متن‌های گروه‌ها و فرق ضالّه، شیطان پرستی، شرکت‌های صهیونیستی و سایر علایم و تصاویر ممنوع شده توسط مراجع ذیصلاح

۴- فعالیت بدون مجوز یا فعالیت با موافقتنامه تأسیس

۵- ارائه اطلاعات نادرست توسط متقاضیان موافقتنامه یا پروانه فعالیت چاپ، نقل و انتقال،

ترخیص و واردات دستگاه‌های چاپ به وزارت یا ادارات کل استانی اعم از اطلاعات مربوط به دستگاه‌های چاپ، سال ساخت و ...

۶- تخلف از تمام موارد تصریح شده در «آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته» مصوب جلسه ۱۳۷۱/۹/۱ هیأت وزیران

۷- هرگونه تخلف از قوانین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مرتبط مصوب یا ابلاغ شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر مراجع ذیصلاح

۸- عدم رعایت قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین‌نامه و دستورالعمل‌های مربوطه جهت بسته‌بندی و تبلیغات محصولات تولید داخل

ماده ۸- کمیسیون می‌تواند با توجه به شدت و اهمیت تخلف و یا عوامل مؤثر در وقوع تخلف و دفعات تکرار آن و سوء نیت واحد چاپی و سهل‌انگاری وی، به شرح ذیل اقدام نماید:

- ۱- توبیخ کتبی مدیر چاپخانه با درج در پرونده
- ۲- جلوگیری از فعالیت از طریق پلمپ دستگاه یا دستگاه‌های چاپ تا شش ماه
- ۳- جلوگیری از فعالیت از طریق پلمپ کامل چاپخانه تا شش ماه (با هماهنگی اداره اماکن نیروی انتظامی)

۴- جلوگیری از فعالیت چاپخانه از طریق محرومیت چاپخانه از چاپ بعضی از محصولات چاپی تا حداکثر مدت یک سال

۵- تعطیل موقت چاپخانه از ۶ ماه تا ۲ سال (با هماهنگی اداره اماکن نیروی انتظامی)

۶- تعطیل موقت چاپخانه از ۲ سال تا ۴ سال (با هماهنگی اداره اماکن نیروی انتظامی)

تبصره ۱- در صورتی که عمل واحد چاپی منطبق با یکی از جرائم مندرج در قوانین جزایی نیز باشد علاوه بر رسیدگی و اتخاذ تصمیم به شرح فوق، کمیسیون موظف است مراتب را برای رسیدگی به اصل جرم به مرجع قضائی صالح ارسال دارد.

تبصره ۲- رسیدگی به ادعاهای مبنی بر وقوع یا ورود خسارت ناشی از تخلف چاپخانه یا واحد وابسته در صلاحیت مراجع ذیصلاح قضائی است. چنانچه شاکی خصوصی یا اعلام‌کننده تخلف، مدعی تحمل خسارت ناشی از عملکرد واحد چاپی باشد کمیسیون را جهت احقاق حق و تقدیم شکواییه و یا دادخواست قانونی به مراجع قضایی هدایت می‌نمایند.

تبصره ۳- آرای صادره از سوی کمیسیون رسیدگی‌کننده پس از تایید رئیس کمیسیون توسط دبیرخانه کمیسیون علاوه بر واحد چاپی به مقام اجراکننده رأی و عنداللزوم شاکی یا مرجع اعلام

تخلف نیز ابلاغ خواهد شد. ابلاغ آرا یا به صورت حضوری و واقعی یا از طریق ارسال به نشانی اشخاص مندرج در پرونده مجوز واحد چاپی و یا شکواییه و یا گزارش، با پست سفارشی به عمل خواهد آمد، در این صورت تاریخ ارسال رأی از طریق پست سفارشی، تاریخ ابلاغ رأی محسوب می‌شود ادعای تغییر نشانی و یا اشتباه بودن آن و یا عدم اطلاع و یا عدم وصول رأی پذیرفته نخواهد شد.

ماده ۹- مقررات تکمیلی:

- پروانه واحد چاپی قائم به شخص است؛ بنابراین دارنده مجوز نمی‌تواند به عذر این که به دیگری وکالت یا نمایندگی داده از خود رفع مسئولیت نماید و پروانه فعالیت یا موافقتنامه تأسیس قابل اجاره یا امانت و عناوین مشابه به شخص دیگر تحت هیچ عنوان نمی‌باشد.

- در صورت اصرار و تکرار واحدهای چاپی به هر یک از تخلفات مندرج در ماده (۷) مجازات شدید تری برای آن واحد اتخاذ می‌شود.

- مواردی که در این دستورالعمل پیش‌بینی نشده است، مانند تشریفات رسیدگی و... طبق آیین‌نامه قانون رسیدگی به تخلفات اداری خواهد بود.

- بازرسان کمیسیون یا هر یک از کمیته‌ها حسب وظیفه معین شده توسط کمیسیون یا کمیته مربوطه نسبت به نظارت، بررسی وضعیت و تهیه گزارش یا صورتجلسه یا پلمپ نمودن موارد تخلف و ارائه گزارش از اقدامات یا تخلفات مشاهده شده و اجرای تصمیمات کمیسیون اقدام می‌نمایند.

- این دستورالعمل به انضمام ماده آخر در ۱۲ ماده و ۲۱ تبصره در تاریخ ۱۳۹۲/۰۳/۱۰ به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و از تاریخ تصویب لازم‌الاجراست.

تحلیل حقوقی:

در ماده (۷) این دستورالعمل تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته احصاء شده که عمدتاً مربوط به تخلفات محتوایی است. مثلاً در بند (۱) چاپ تصاویر، علائم، اسامی و متن‌های خلاف موازین قانونی، اخلاق حسنه و عفت عمومی آمده در بند (۳) علائم و تصاویر فرق ضاله و... و بخش‌هایی از آن نیز تخلف از مقررات و قوانین به‌طور عام و خاصه آیین‌نامه سال ۱۳۷۱ است.

در ماده (۸) دستورالعمل موصوف به تناسب مجازات‌هایی را نیز برای واحدهای متخلف پیش‌بینی کرده است.

به نظر می‌رسد رویکرد اصلی دستورالعمل نظارت محتوایی است و عمدتاً پرونده‌هایی

که در کمیسیون مربوط به رسیدگی به تخلفات مطرح می‌شود هم تخلفات محتوایی است و بعضاً تخلفات مربوط به عدم رعایت مواد (۱۷) و (۱۸) و (۱۶) آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها است. بنابراین ابزار نظارت محتوایی وجود دارد؛ اما اشکال اساسی اینجاست که با حذف بحث اجازه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای واردات دستگاه‌ها، آیا وقتی اطلاع از دستگاه‌های چاپی نیست می‌توان مجازات‌های مقرر مانند پلمپ دستگاه را اجراء کرد یا خیر؟ در پاسخ باید گفت: بر اساس ضوابط فعلی به هر حال دستگاه‌ها بعد از استقرار در چاپخانه می‌بایست دارای شناسنامه گردند و مدیر چاپخانه مکلف است برای اخذ شناسنامه اقدام کند و این شناسنامه توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برابر مقررات صادر شود. بنابراین اطلاع از وجود دستگاه‌ها هست. ثانیاً براساس رویه اداری بازرسان ارشاد هستند که در فرم‌های بازدید و سرکشی‌های نظارتی خود وقتی به تخلف بر می‌خورند در فرم‌های مربوطه آمار دستگاه‌های موجود را یادداشت می‌کنند، پس امکان اعمال مجازات بر دستگاه‌ها وجود دارد.

اما نکته قابل توجه این است که وقتی که اصلاحیه بند (۱۶) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب شود و پروانه تأسیس از وزارت مذکور به وزارت صنعت منتقل شود، برای چاپخانه و دستگاه‌ها، دیگر امکان اعمال مجازات برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وجود ندارد؛ چرا که اولاً مجوزی به واحد متخلف نداده که بخواهد آن را تعلیق کند یا دستگاهی را اجازه نداده که بتواند پلمپ کند. به نظر می‌بایست مقرره‌ای مناسب برای اعمال نظارت محتوایی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مجازات واحد متخلف پیش‌بینی کرد یا این که اتحادیه مربوطه ملزم به برخورد و رسیدگی به تخلفات اعلامی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گردد. البته اعلام تخلفاتی که مصداق جرایم مصرح در قوانین جزایی هستند که ممکن است اثرات مخربی برای جامعه هم داشته باشند به مرجع قضایی و دادستانی محل وقوع چاپخانه متخلف هم یک راهکار مناسب است؛ اما از فوریت و برخورد به موقع که توسط ارشاد قبلاً صورت می‌گرفت در این روش خبری نیست و از طرف دیگر حجم پرونده‌های وزارت مذکور را در مراجع قضایی به شدت افزایش می‌دهد. بنابراین باید شیوه‌ای مناسب برای برخورد قانونی برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پیش‌بینی کرد و اتحادیه‌ها ملزم به برخورد باشند.

تحلیل فرهنگی:

همان‌طور که ملاحظه می‌شود براساس ماده ۱، ۲ و ۳ دستورالعمل رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته؛ برای رسیدگی به تخلفات گزارش شده جلساتی در سه مرحله تشکیل می‌شود.

در مرحله اول و دوم در کمیته‌هایی که در استان و سپس در ستاد برگزار می‌شود، پرونده تخلف بررسی می‌شود. در مرحله سوم پرونده آماده ورود به کمیسیون تخلفات شده و رأی نهایی نیز با کمیسیون تخلفات است.

مصاحبه‌ها و یافته‌ها نشان می‌دهد که در بحث صدور حکم توسط کمیسیون تخلفات چند دغدغه اساسی وجود دارد: ۱. عدم وجود مستندات قانونی برای اعمال مجازات‌هایی مانند پرداخت جریمه و رفتن به سراغ تعطیلی واحد که پیامدهای زیادی دارد. ۲. پایین بودن سرعت رسیدگی به تخلفات. ۳. عدم وجود وحدت رویه و سلیقه‌ای عمل شدن. بنابراین باید این سه مورد مد نظر لایحه‌نویسان باشد.

به نظر می‌رسد مواد ۶ و ۷ (بندهای ۱ و ۲) می‌توان در تدوین لایحه جدید مناسب و کارساز باشد. البته در بند ۱ ماده ۷ نیازی به کلماتی مانند «نظم عمومی، اخلاق حسنه و عفت عمومی نیست» این اصطلاحات در قوانین عمومی ذکر شده است.

«ماده ۱۴- کارخانه‌ها یا کارگاه‌هایی که چاپ بر روی محصولات آن‌ها جزو تفکیک ناپذیر تولید محسوب می‌گردد موظفند مجوز چاپ طرح‌های خود را از وزارت اخذ نمایند.» به این شکل اصلاح شود: «کارخانه‌ها یا کارگاه‌هایی که چاپ بر روی محصولات آن‌ها جزو تفکیک ناپذیر تولید محسوب می‌گردد موظفند تمام قوانین و مقررات در نظر گرفته شده برای حوزه چاپ را رعایت کنند.»

در خصوص ماده ۸: باتوجه به این که توقیف و پلمپ دستگاه اساساً مجازات مناسبی نبوده است پیشنهاد می‌شود مجازات‌های زیر مد نظر قرار گیرد:

۱. تذکر کتبی
۲. توبیخ کتبی
۳. جریمه نقدی (در صورتی که از نظر حقوق امکان داشته باشد).
۴. تعطیل موقت چاپخانه یک هفته تا دو ماه
۵. لغو مجوز چاپخانه با درج در سوابق و عدم امکان تأسیس هرگونه واحد چاپی

دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب

به استناد ماده ۱۳ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱: دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب در تاریخ ۲۸/۱۲/۷۷ در سه ماده و سه تبصره به تصویب

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و از تاریخ ابلاغ لازم الاجراء است.

ماده ۱- کارهای چاپی غیرکتاب عبارت است از هر نوع کار چاپی (غیر از کتاب و مطبوعات که آیین نامه خاص خود را دارد)؛ مانند جعبه، برچسب، لفاف، سلفون، راهنما، پوستر، تراکت، تقویم، سررسید، انواع کارت‌ها و ... که توسط کارگاه‌های چاپ دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صورت می‌گیرد.

تبصره - به موجب بند ك ماده ۱۳ آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته، چاپ تقویم و سررسید از شمول ماده يك مستثنی است.

- متقاضی کارهای چاپی غیر کتاب مکلف به رعایت نکات زیر است.

الف: کارهای چاپی باید با موازین قانونی کشور منطبق باشد.

تبصره - مجموع قوانین مربوط به این دستورالعمل در ضمیمه آمده است.

ب: استفاده از تصاویر و عناوین پیشوایان مذهبی و مقامات عالی رتبه کشوری روی کارهای چاپی مربوط به محصولات و کالاهای تجاری ممنوع است.

پ: استفاده از تصاویر خلاف عفت عمومی ممنوع است.

- مسئولیت حسن اجرای مفاد این دستورالعمل به عهده دارنده پروانه چاپخانه است.

تبصره - کلیه چاپخانه‌ها موظفند شماره شناسایی چاپخانه خود را بر روی کلیه کارهای چاپی درج نمایند.

تحلیل حقوقی:

در این دستورالعمل شرایطی برای چاپ کارهای غیر کتاب ضمیمه شده و قوانین و مقررات مرتبط هم پیوست گردیده است. اما ضمانت اجرا ندارد و به نظر ضمانت اجرای آن هم مشمول ماده (۲۳) آیین نامه سال ۱۳۷۱ و کمیسیون رسیدگی به تخلفات است که دقیقاً آشکالات مصرح در خصوص دستورالعمل رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها در اینجا نیز جاری است؛ چرا که ضمانت اجرای این دستورالعمل است که تماماً ناظر به نظارت محتوایی است. اگر دقت شود مسئولیت هم در قبال اجرای دستورالعمل به عهده دارنده پروانه چاپخانه است و در شرایطی که ارشاد پروانه تأسیس صادر نکند و تخلف هم در زمره تخلفات بزرگ باشد و وصف مجرمانه را دارا نباشد ارشاد چگونه باید برخورد کند؟ آیا اتحادیه‌ها برخورد قانونی مناسب را انجام می‌دهند؟ آیا نیاز به تدوین و تصویب مقررات مناسب نیست؟

۴. قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه (۱۳۷۵ مصوبه مجلس)

ماده واحده- به منظور حفظ قوت و اصالت زبان فارسی به عنوان یکی از ارکان هویت ملی ایران و زبان دوم عالم اسلام و معارف و فرهنگ اسلامی، دستگاه‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات دولتی و کلیه شرکت‌هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی بر آن‌ها مستلزم ذکر نام است و تمامی شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مذکور در بند (د) تبصره (۲۲) قانون برنامه دوم توسعه موظفند از به کار بردن کلمات و واژه‌های بیگانه در گزارش‌ها و مکاتبات، سخنرانی‌ها و مصاحبه‌های رسمی خودداری کنند و همچنین استفاده از این واژه‌ها بر روی کلیه تولیدات داخلی اعم از بخش‌های دولتی و غیردولتی که در داخل کشور عرضه می‌شود ممنوع است.

تبصره ۱- فرهنگستان زبان و ادب فارسی باید بر اساس اصول و ضوابط مصوب خود برای واژه‌های مورد نیاز با الویت واژه‌هایی که کاربرد عمومی دارند رأساً یا با همکاری مراکز علمی واژه‌گزینی و یا واژه‌سازی کند و هر شش ماه یک‌بار گزارش فعالیت‌های خود را به کمیسیون فرهنگ و ارشاد اسلامی و وسایل ارتباط جمعی و حسب مورد سایر کمیسیون‌های مجلس شورای اسلامی تقدیم نماید.

تبصره ۲- واژه‌هایی که فرهنگستان زبان و ادب فارسی وضع معادل را برای آن‌ها ضروری نمی‌داند و نیز کلماتی که هنوز واژه فارسی معادل آن‌ها از سوی فرهنگستان به تصویب نرسیده است از شمول این قانون مستثنی است.

تبصره ۳- فرهنگستان‌های علوم و علوم پزشکی دستگاه‌های آموزشی و پژوهشی، دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌های علمی و فرهنگی مکلفند در زمینه واژه‌گزینی و واژه‌سازی تخصصی اقدام کنند و واژه‌های پیشنهادی خود را به تصویب فرهنگستان زبان و ادب فارسی برسانند.

تبصره ۴- در مواردی در فرهنگستان زبان و ادب فارسی در زمینه واژه‌گزینی و واژه‌سازی تخصصی خواستار همکاری دستگاه‌ها و مراکز علمی، آموزشی، صنعتی و فرهنگی باشد، این دستگاه‌ها و مراکز موظفند با فرهنگستان همکاری کنند.

تبصره ۵- کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و اماکن تولیدی و خدماتی و تجاری موظفند ظرف مدت دو سال از تاریخ ابلاغ این قانون اسامی تولیدات و ظرف مدت یک سال نام اماکن خود را به نام‌ها و واژه‌های غیربیگانه برگردانند.

تبصره ۶- چاپخانه‌ها، مراکز طبع و نشر، روزنامه‌ها و سایر مطبوعات مکلف به رعایت این قانون هستند و در صورت تخلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است مطابق تبصره هشتم

همین قانون با آن‌ها رفتار کند.

تبصره ۷- صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران موظف است از به‌کارگیری واژه‌های نامأنوس بیگانه خودداری کند و ضوابط دستوری زبان فارسی معیار را رعایت نماید، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و کلیه دستگاه‌های مذکور در ماده واحده موظفند واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پس از ابلاغ در تمامی موارد به‌کار ببرند.

تبصره ۸- تولید و توزیع‌کنندگان کالاها و صاحبان مراکز کسب و پیشه در صورت تخلف از این قانون به ترتیب به مجازات‌های زیر محکوم خواهند شد:

الف - اخطار کتبی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

ب- تعویض علائم و نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین پس از اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط وزارت کشور یا دستگاه‌های ذی‌ربط با هزینه متخلف.

ج - تعطیل موقت محل کار.

د- لغو پروانه کار.

تبصره ۹- نیروی انتظامی موظف است از نصب و استفاده از علائم به زبان و خط بیگانه توسط مراکز تولید، توزیع و صنوف جلوگیری نماید.

تبصره ۱۰- آیین‌نامه اجرایی این قانون ظرف مدت دو ماه پس از تصویب با پیشنهاد کمیسیون فرهنگی دولت به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

قانون فوق مشتمل بر ماده واحده وده تبصره در جلسه علنی روز چهارشنبه مورخ چهاردهم آذر ماه یکهزار و سیصد و هفتاد و پنج مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۷۵/۹/۲۸ به تأیید شورای نگهبان رسیده است.

رئیس مجلس شورای اسلامی - علی اکبر ناطق نوری

تحلیل حقوقی:

در این قانون ضمانت اجرای قانونی و محکم پیش‌بینی شده است و اساساً نیازی به این نیست که ارشاد مرجع صدور پروانه تأسیس باشد یا خیر. ابزار و امکان برخورد قانونی فراهم است و مجازات‌هایی هم برای متخلفین فارغ از این که پروانه تأسیس را ارشاد بدهد یا خیر وضع شده، حتی برای واحدهای صنفی، کارگاه‌ها و مغازه‌ها و ... بنابراین در این مورد با اشکال خاصی مواجه نیستیم و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیشتر اعلام‌کننده تخلف و مرجع تشخیص تخلف است و واحدهایی چون دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی معاونت مطبوعاتی و ستاد پاسداشت زبان فارسی

متکفل امور مربوطه در ارشاد هستند. البته حوزه این قانون از دایره چاپخانه‌ها و واحدهای چاپی بسیار فراتر است و به نوعی عام محسوب می‌شود. در حوزه نظارت محتوایی این قانون و آیین‌نامه اجرایی آن مناسب و وافی به مقصود، در نوع و هدف تعیین شده محسوب می‌گردد. به نظر باید از این قانون و آیین‌نامه در سایر موارد نظارت محتوایی الگوبرداری کرد.

تحلیل فرهنگی:

از این قانون می‌توان برای تدوین لایحه نظارت بر حوزه چاپ الگوبرداری و استفاده کرد. در ضمن نیازی به تکرار مفاد مورد اشاره این قانون در لایحه پیشنهادی حوزه چاپ نیست. فقط کافی است تصریح شود که کالا و خدمات چاپی نباید مخالف قوانین و مقررات (از جمله این قانون یاده‌ها قانون دیگر) باشد. توجه شود که در بند ج و د آیین‌نامه اجرایی این قانون آمده که تعطیل موقت یا لغو پروانه در صلاحیت مراجع قضایی است شاید باید این نکته در سایر موارد هم دیده شود. به هر حال بحثی حقوقی است و متخصصان آن حوزه باید نظر دهند.

آیین نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کار گیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه- مصوب ۱۳۷۸/۲/۱۹ مصوب هیأت وزیران

ماده ۱- تعاریف اصطلاحات و واژه‌های استفاده شده در این آیین نامه به شرح زیر می‌باشد:

الف - قانون: قانون ممنوعیت به کار گیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب ۱۳۷۵

ب- فرهنگستان: فرهنگستان زبان و ادب فارسی.

ج- اسم خاص: اسمی است که برای نامیدن شخص معین یا جایی معین یا چیز معین به کار می‌رود.

د- روزنامه و سایر مطبوعات: نشریه‌های نوشتاری یا به صورت‌های دیگر که به طور مستقیم با نام ثابت و تاریخ و شماره ردیف، در زمینه‌های گوناگون براساس قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴/۱۲/۲۲ مجاز به انتشار می‌باشند.

ه- گزارش‌ها و مکاتبات: گزارش‌ها و نامه‌های رسمی که با امضای مسئولان دستگاه‌های مندرج در قانون ارسال می‌شوند.

و. سخنرانی و مصاحبه رسمی: سخنرانی و مصاحبه رؤسای قوای سه گانه، وزیران، معاونان رییس جمهور، رؤسای دیوان عالی کشور و دیوان عدالت اداری، دادستان کل کشور، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، فرماندهان ستادهای مشترک سپاه پاسداران و ارتش و فرماندهان نیروهای پنجگانه سپاه پاسداران و نیروهای سه گانه ارتش و فرمانده نیروی انتظامی، معاونان وزیران، رؤسای دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی، رؤسا، معاونان و مدیران کل سازمان‌های دولتی و افراد همتراز آنان.

ماده ۲- دستگاه‌های قانون گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌های وابسته به آن‌ها و شرکت‌های زیر پوشش، وابسته یا تابعه و شرکت‌های دولتی، ملی شده و یا مصادره شده یا دارای مدیریت دولتی که به نحوی زیر پوشش یکی از وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های دولتی اداره می‌شوند و یا به نحوی از انحاء از بودجه عمومی کل کشور استفاده می‌کنند یا قسمتی از بودجه آنان را دولت تامین می‌کند و مؤسسه‌ها و شرکت‌هایی که شمول مقررات بر آن‌ها مستلزم ذکر نام است مانند سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، شرکت مخابرات ایران، شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و همچنین شهرداری‌ها و مؤسسه‌ها و نهادهای عمومی موضوع تبصره ذیل ماده (۵) قانون محاسبات عمومی، مشمول قانون و این آیین نامه می‌باشند.

ماده ۳- مقامات مذکور در ماده (۱) و دستگاه‌های موضوع ماده (۲) این آیین نامه موظفند الفاظ

و واژه‌های بیگانه را در گزارش نویسی، نامه‌نگاری، سخنرانی و مصاحبه‌های رسمی به کار نبرند.

ماده ۴- آن دسته از کلمات عربی و همچنین بعضی از واژه‌های متعلق به سایر زبان‌ها که از دیرباز در زبان فارسی رواج یافته و هم اکنون جزئی از زبان فارسی محسوب می‌شود یا واژه‌ها و اصطلاحات عربی برگرفته از متون و معارف فرهنگ اسلامی که با بافت زبان فارسی معیارهم‌خوانی و تناسب داشته باشد واژه بیگانه تلقی نمی‌شود.

ماده ۵- مکاتبات و آگهی‌هایی که دستگاه‌های موضوع ماده ۲ برای مخاطبان غیرایرانی تهیه می‌کنند از شمول این آیین‌نامه خارج است.

ماده ۶- افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی با گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند، مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در نام‌گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط به خود در همان مناطق استفاده کنند.

ماده ۷- تبدیل نام‌های خاص محصولات ساخت کشورهای دیگر به زبان فارسی الزامی نیست و تغییر اسامی مؤسسه‌هایی که این نوع محصولات را عرضه می‌کنند ضرورت ندارد.

ماده ۸- کالاهای صادراتی، مشروط به این که در داخل کشور توزیع نشود، از شمول قانون و این آیین‌نامه خارج است.

ماده ۹- عبارت‌های شامل الفاظ بیگانه که در نوشته‌ها یا سخنان موضوع قانون و این آیین‌نامه به لحاظ رعایت امانت در نقل قول یا بیان خصوصیات و مقتضیات تاریخی و اجتماعی و آموزشی ذکر آن‌ها ضرورت دارد از شمول قانون و این آیین‌نامه مستثنی هستند.

ماده ۱۰- دستگاه‌های اصلی مذکور در ماده (۲) این آیین‌نامه موظفند به منظور زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه با تشکیل شورای حفظ و ترویج زبان فارسی، به ریاست نماینده بالاترین مقام آن دستگاه، ضمن هماهنگی و ارتباط با فرهنگستان نسبت به شناسایی و اعلام واژه‌های بیگانه که در آن دستگاه و واحدهای وابسته به آن به کار می‌رود و پیشنهاد معادل فارسی آن به فرهنگستان و یافتن راه‌های ترویج معادل‌های فارسی تصویب شده توسط فرهنگستان در دستگاه متبوع خود اقدام کنند.

ماده ۱۱- صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران موظف است با ایجاد واحد مناسب در تشکیلات فعلی خود ضمن زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه با جدیت از به‌کارگیری واژه‌های نامأنوس بیگانه خودداری کند و ضوابط دستور زبان فارسی معیار را در کلیه برنامه‌های خود رعایت

نماید. صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ملزم است واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پس از ابلاغ در تمامی موارد به کار برد.

ماده ۱۲- دستگاه‌های یاد شده در ماده (۲) این آیین‌نامه که به کارگاه‌ها، کارخانه‌ها، اماکن تولیدی و تجاری و خدماتی پروانه تأسیس و پروانه کسب یا بهره‌برداری یا اجازه تولید و ادامه فعالیت می‌دهند موظفند پیش از صدور پروانه و اجازه تولید و ادامه فعالیت به متقاضیان ابلاغ کنند تا نسبت به تغییر نام مؤسسه یا محصولات خود و گزینش نام فارسی اقدام کنند.

تبصره - ذکر نام قبلی مکان‌ها و محصولات در کنار نام جدید آن‌ها (بین دو کمان) حداکثر تا مدت دو سال مجاز است.

ماده ۱۳- (اصلاحی ۱۳۷۹/۲/۷) - کلیه روزنامه‌ها و نشریه‌های فارسی زبان موظفند مفاد قانون را در کلیه مطالب خود از جمله آگهی‌ها رعایت کنند. بدیهی است در مورد آگهی‌های خارجی مانند مناقصه‌های بین‌المللی که باید به زبان خارجی چاپ و منتشر شوند، طبق مقررات مربوط اقدام خواهند کرد.

ماده ۱۴- استفاده از تابلو یا نوشته‌ها یا نشانه‌هایی که منحصرأً به خط غیرفارسی تنظیم شده باشد به استثنای نشانه‌های بین‌المللی ممنوع است. نیروی انتظامی موظف است از نصب و ادامه استفاده از آن‌ها جلوگیری کند.

ماده ۱۵- چنانچه بر سر فارسی بودن يك نام میان صاحب مؤسسه و دستگاه‌های مجری اختلاف نظر پدید آید، مرجع تشخیص فرهنگستان خواهد بود که به درخواست دستگاه‌های مجری نظر خود را اعلام خواهد کرد.

تبصره - فرهنگستان موظف است ظرف سه ماه از تاریخ وصول استعلام، نظر خود را اعلام نماید، در هر حال تا زمانی که فرهنگستان اعلام نظر نکرده است مجازات‌های موضوع تبصره (۸) قانون اعمال نخواهد شد.

ماده ۱۶- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در صورت اطلاع یا مشاهده تخلف از مفاد ماده (۱۲) این آیین‌نامه طی اخطاریه به متخلف ضمن بیان مورد یا موارد تخلف، ۱۵ روز مهلت تعیین می‌کند تا رفع تخلف صورت گیرد چنانچه پس از پایان مدت مذکور، تخلف رفع نشده باشد مراتب را به حوزه انتظامی محل اعلام می‌نماید تا نسبت به تعویض نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین اقدام لازم به عمل آید. در صورت تکرار تخلف مراتب از طریق مراجع قضایی برای اعمال مجازات‌های بند (ج) و (د) تبصره (۸) قانون منعکس خواهد شد.

ماده ۱۷- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیروی انتظامی موظفند با اختصاص واحد متناسب برای اجرای قانون و این آیین نامه اقدام نمایند.

ماده ۱۸- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران و فرهنگستان زبان و ادب فارسی و سایر سازمان‌های ذی‌ربط موظفند به نحو مقتضی از طریق وسایل ارتباط جمعی زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی اجرای قانون و این آیین نامه را فراهم کنند.

تحلیل حقوقی:

همان‌طور که در خصوص قانون این آیین نامه اعلام شد در حوزه به کارگیری اسامی بیگانه که نظارت محتوایی بر چاپ هم محسوب است مشکل خاصی وجود ندارد و ساز و کاری که برای برخورد ارشاد با متخلفین پیش‌بینی شده محکم و با ضمانت اجرای قوی است و حتی در ماده (۱۶) برای اعمال مجازات‌های بندهای (ج) و (د) قانون ساز و کار مراجعه به محاکم قضایی تعریف شده است و حوزه انتظامی هم مکلف به برخورد با اعلام ارشاد است.

از اشکالات اساسی این آیین نامه ماده (۶) آن می‌باشد که چنین بیان می‌دارد: "افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی یا گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند، مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در نام‌گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط به خود در همان مناطق استفاده کنند."

آیا محصول غذایی که در سطح وسیع تولید و توزیع می‌شود چون نام محلی مثلاً مربوط به شیراز دارد صرفاً باید در شیراز یا استان فارس توزیع و مصرف شود؟ با تعریفی که از گویش وجود دارد، آیا گویش‌های محلی و قومی جزئی از زبان فارسی نیستند؟ با توجه به رویکرد نظام در بهبود محیط کسب و کار آیا این مسئله مغایر با این بهبود نیست؟

اگر در نقطه‌ای از کشور توان چاپ پایین بود و تولیدکننده یک محصول که نام محلی دارد مجبور به سفارش موضوع به چاپخانه‌ای در تهران یا ... باشد یا دستگاه بسته‌بندی مناسب محصول در استان دیگری غیر از استان تولیدکننده باشد چه باید کرد؟

کارخانه‌های بزرگ و تولیدکنندگان بزرگ کشور که بعضاً محصولات کارخانه آن‌ها یا خود کارخانه آن‌ها نام محلی دارد و در سراسر کشور توزیع می‌شود با این ماده (۶) مرتکب تخلف می‌شوند.

به نظر می‌رسد که آیین نامه در این زمینه نیاز اصلاح اساسی دارد و همین‌طور در خصوص

نام‌هایی که فانتزی هستند یعنی نه فارسی هستند و نه بیگانه و نه محلی و قومی، بلکه معنای خاصی ندارند و به قول عامیانه "من درآوردی" هستند، نیاز به اصلاح دارد مانند این که افرادی که اسم ایشان «حامد» و «محسن» است و بخواهند نام کارخانه‌ی خود را که شریک هستند از این دو اسم و ترکیب آن «حامسن» بگذارند.

تحلیل فرهنگی:

در خصوص ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی باید گفت: بدون شک ماده ۶ این آیین‌نامه باعث مختل کردن محیط کسب و کار شده و نارضایتی گسترده‌ای شده یکی از موارد تعجب برانگیز است که باید هر چه زودتر برای اصلاح آن کاری انجام شود. متأسفانه این ماده تضعیف‌کننده انسجام و هویت ملی و دامن زدن به اختلافات قومی و زبانی منجر خواهد شد. این ماده با قوانین حقوق بشری، توصیه‌های دینی و حقوق شهروندی هم ناسازگار است.

یکی از قوانینی که در چند سال گذشته باعث شکایت و نارضایتی چاپخانه‌داران و تولیدکنندگان شده است؛ موضوع رعایت آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه به شرح زیر است:

ماده ۱۴- استفاده از تابلو یا نوشته‌ها یا نشانه‌هایی که منحصراً به خط غیرفارسی تنظیم شده باشد به استثنای نشانه‌های بین‌المللی ممنوع است. نیروی انتظامی موظف است از نصب و ادامه استفاده از آن‌ها جلوگیری کند.

تبصره: استفاده از خط بیگانه برای معادل‌نویسی اسامی، عنوان‌ها و عبارات‌های فارسی بر روی تولیدات داخلی، بسته‌بندی کالاها، اماکن، هرگونه اعلان، اوراق تبلیغاتی، آگهی‌ها، تابلوهای تبلیغاتی و سردر مغازه‌ها، خودروها و دیگر موارد، برای معرفی و یا بیان کاربری کالا و خدمات، تنها در صورتی مجاز است که اندازه خط بیگانه به لحاظ تناسب، یک سوم (۱/۳) خط فارسی باشد.

البته مورد مشابه‌ای این قانون هم در دوران رضاشاه وجود داشته است. «پس از کودتای اسفند ۱۲۹۹، رضاخان، فرمان حذف الفاظ فرانسسه به خط لاتین از سردر مغازه‌ها و شرکت‌ها و در مقابل، نگارش آن‌ها به خط فارسی را صادر نمود. مأموران نظمی در اجرای این حکم با مقاومت اتباع خارجی و اعتراض سفارتخانه‌های آن‌ها مواجه شدند. به همین دلیل مقرر شد تا اطلاع ثانوی در این زمینه اقدامی صورت نگیرد. در صورتی که این دستور در مورد اتباع ایرانی اجرا شد، طوری که در سال ۱۳۱۲ ه. ش. شهرداری تهران چنین ابلاغی را صادر کرد: حسب الامر مبارک، مأمورین از نگارش لغات و کلمات خارجی خودداری و از انتشار و شیوع این گونه کلمات در بین اهالی نیز

جلوگیری کنند.)) (روستایی، ۱۳۸۵: ۸۲)

علینقی (رییس اتحادیه چاپخانه‌داران) می‌گوید قانون رعایت زبان فارسی و اندازه قلم که به ۳۰-۷۰ مشهور است برای کسب و کار مشکل‌زا شده است. توریست‌ها برای این که ترغیب شوند اجناس ایرانی را بخرند باید بتوانند نام و مشخصات آن را به راحتی به انگلیسی ببینند؛ در صورتی که رعایت این قانون مانع دیده شدن زبان انگلیسی است. (جلسه حضوری محل اتحادیه چاپخانه‌داران، ۹۶/۷/۲۶) بسیاری از کارشناسان هم معتقدند این قانون زمینه تخلف را ایجاد کرده است زیرا مردم به خرید کالایی که مطالب روی آن به زبان انگلیسی است بیشتر علاقمندند و تولیدکننده هم بخاطر فروش تمایل به این کار دارد و در نهایت چاپخانه‌ای قانونی یا غیرقانونی کار او را راه می‌اندازد. بنابر این بهتر است ابتدا کار فرهنگی کنیم و بعد به قوانینی که جرم‌ساز است روی آوریم.

از ماده ۱۶ این آیین‌نامه می‌توان در تدوین لایحه جدید استفاده کرد. یعنی اخطار و تویخ توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی داده شود و در صورت تکرار تخلف پرونده برای صدور حکم لغو پروانه به مراجع قضایی ارسال شود. هرچند برخی معتقدند این کار سر مراجع قضایی را شلوغ خواهد کرد اما با توجه به حجم کم پرونده‌های تخلف که در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل شده و با توجه به آگاهی چاپخانه‌داران از برخورد مستقیم قضایی شاید این پیش‌بینی چندان هم درست نباشد.

دستورالعمل اجرایی قانون منع به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین‌نامه اجرایی آن در مورد چگونگی استفاده از حروف و تصاویر در تابلوهای سردر مغازه‌ها، فروشگاه‌ها، اماکن و... (۱۳۸۲ معاونت مطبوعاتی)

«مصوب جلسه بیست و هشتم کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور»

ماده ۱: منظور از تابلو در این دستورالعمل عبارت از هر نوع پیکره یا سازه است که طبق ضوابط فنی شهرداری طراحی، اجرا و بر سردر مغازه‌ها یا روی نمای عمومی ساختمان‌ها و اماکن و محوطه آن‌ها برای معرفی کاربری مکان و یا محصول به صورت مجزا یا توأم نصب می‌شود که در این دستورالعمل به اختصار تابلو نامیده می‌شود.

ماده ۲: متن نوشتاری و تصویر مورد استفاده در پیکره‌ها و سازه‌های موضوع ماده ۱ این دستورالعمل مشمول قانون منع به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب مورخ ۱۳۷۵/۹/۱۴ مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه اجرایی آن مصوب مورخ ۱۳۷۸/۲/۱۹ هیأت

محترم وزیران می باشد.

ماده ۳: کلیه تابلوهای موضوع این دستورالعمل مشمول ضوابط مندرج در دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری (محیطی) و مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب مورخ ۱۳۷۹/۲/۱۱ کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور می باشد.

ماده ۴: به منظور حمایت از تولیدات داخلی و صنعت تبلیغات شهری، شهرداری‌ها موظفند تعرفه هزینه‌های استفاده از فضای عمومی شهری موضوع ماده ۱ این دستورالعمل را به گونه‌ای تنظیم کنند که اولاً تعرفه محصولات خارجی بیش از دو برابر تعرفه محصولات داخلی بوده و ثانیاً بر اساس هم‌جواری و ابعاد، تناسب منطقی بین تعرفه تابلوهای تبلیغاتی شهری با سازه‌ها یا پیکره‌های موضوع ماده ۱ این دستورالعمل برقرار شود.

ماده ۵: بر اساس بند «ب» تبصره ۸ ماده واحده قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مرجع تشخیص رعایت قوانین و مقررات و یا تخلف از آن وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و شهرداری‌ها به عنوان دستگاه ذی‌ربط وزارت کشور و نیروی انتظامی به عنوان ضابط اجرایی موظف به اجرای مقررات مذکور می باشند.

ماده ۶: ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها موظف هستند حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ ابلاغ این دستورالعمل ضمن تشکیل واحدی مناسب در معاونت فرهنگی اداره کل نسبت به اجرای مفاد این دستورالعمل اقدام و مراتب را به سازمان زیباسازی یا شهرداری محل و فرماندهی نیروی انتظامی استان اعلام کنند.

ماده ۷: واحد مذکور در ماده ۶ موظف است موارد تخلفی از قانون و مقررات را ابتدا بایک اخطار ۱۵ روزه به متخلف اعلام و رونوشت آن را به شهرداری ارسال کند. در صورت عدم اقدام جهت برخورد قانونی به نیروی انتظامی محل اعلام و از آن طریق نسبت به تغییر و تطبیق مورد خلاف با قوانین و مقررات اقدام کند.

ماده ۸: شهرداری یا سازمان زیباسازی شهرداری موظف است به هنگام صدور مجوز نصب تابلو برای فروشگاه‌ها یا اماکن جدید یا فروشگاه‌ها و اماکنی که قصد تغییر تابلوی خود را دارند مفاد این دستورالعمل را رعایت کنند و در صورت ابهام در خصوص اسامی، عناوین و اصطلاحات از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان استعلام کنند.

ماده ۹: به منظور رسیدگی به شکایت و یا موارد نقض حقوق شاکی در ارتباط با اجرای این

دستورالعمل، هیأتی در ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی به ریاست مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و با شرکت مسئول اداره تبلیغات اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، نماینده اداره کل بازرگانی یا نماینده مجمع امور صنفی و در صورت نیاز نماینده شورای شهر، ناحیه انتظامی استان و شهرداری منطقه تشکیل و تصمیم اتخاذ شده قطعی و لازم‌الاجرا است.

ماده ۱۰: اداره کل تبلیغات مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل را برعهده دارد.
ماده ۱۱: اداره کل تبلیغات موظف است در پایان هر دو ماه گزارش عملکرد خود و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها را تهیه و به معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی و رییس کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور تقدیم کند.

ماده ۱۲: در موارد بروز اختلاف میان سازمان‌های نامبرده مذکور بر سر نحوه اجرا یا تفسیر مفاد این دستورالعمل، اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مرجع رسیدگی به حل اختلاف می‌باشد.

این دستورالعمل در ۱۲ ماده در جلسه بیست و هشتم مورخ ۱۳۸۲/۴/۱ کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور تصویب شد و از تاریخ ابلاغ، کلیه مقررات مغایر لغو می‌شود.
سید محمد صفحی - معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تحلیل حقوقی:

همان نظر در خصوص آیین‌نامه و قانون مربوطه در اینجا نیز مصداق دارد.

تحلیل فرهنگی:

در خصوص ماده ۴ این دستورالعمل باید گفت چنین مواردی بهتر است در یک قانون جداگانه با عنوان حمایت از تولید داخلی بیاید تا ضمانت اجرا کافی داشته باشد.
در سایر مواد به نظر می‌رسد این دستورالعمل تنها به بیان و تکرار موارد موجود در آیین‌نامه اجرایی قانون منع به کارگیری اسامی بیگانه پرداخته است.

آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه (۱۳۸۰ مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی)

جلسه شماره ۴۷۴ | مورخ ۱۳۷۹/۱۱/۱۱ مصوبه شماره ۳۲۹/د ش مورخ ۱۳۸۰/۲/۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۱/۱۱/۷۹ بنا به پیشنهاد شورای فرهنگ عمومی (نامه شماره ۳۹۱۱/الف مورخ ۱۹/۱۰/۷۹) آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و

لوازم التحریر و کالاهای مشابه را به شرح ذیل تصویب کرد:

ماده ۱- الف - جلوگیری از به کارگرفتن علایم، نشانه‌ها و تصاویری که با فرهنگ اسلامی - ایرانی در تعارض است و بر فرهنگ عمومی تاثیر منفی دارد.

ب - حفظ نمونه علامت و تصاویری که به صورت‌های مختلف انتشار می‌یابد و در معرض فروش و استفاده عموم قرار می‌گیرد و یا از طریق جراید و رسانه‌ها تبلیغ می‌شود.

ج - تعیین مشخصات هرگونه طرح و تصویر قابل انتشار.

د - حفظ حقوق طراحان گرافیک و نقاشان با توجه به قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان.

ه - تشویق به استفاده از نقوش ملهم از هنر ایرانی و اسلامی در کالاها.

ماده ۲- طرح‌ها و نقوش اعم از نمادها، خطوط و تصاویر و یا طرح‌های ترکیبی باید مروج هنر و ارزش‌های اسلامی و ملی و ترغیب نوآوری باشد، استفاده از طرح‌ها و نقوش و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه دیگر که مغایر با ضوابط این آیین‌نامه نباشد، بلامانع است.

ماده ۳- طرح و نقشی که آشکار و غیرآشکار دارای نکات و پیام‌هایی نظیر موارد زیر باشد ممنوع است:

الف - اهانت به ادیان رسمی کشور و کتب آسمانی و مقدسات مذهبی.

ب - تبلیغ هرگونه مرام، مسلک و فرقه‌ایی که به موجب قوانین کشور غیرقانونی می‌باشد و یا به صورت جریان‌های فکری منحرف مطرح باشد.

ج - تصاویر، کلمات و موضوعات مغایر با فرهنگ عمومی جامعه اسلامی ایران.

د - نقوش و تصاویر مغایر با اصول فرهنگ عمومی و بومی یا فرهنگ اسلامی - ایرانی.

ماده ۴- تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای مصرفی فوق‌الذکر ملزم به رعایت ضوابط و معیارهای مصوب شورای نظارت بر علایم و نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و... هستند.

ماده ۵- صدور مجوز برای کانون‌های مشاوره هنری به منظور ارائه مشاوره به تولیدکنندگان و نظارت بر کار این کانون‌ها به عهده معاونت امور هنری است.

ماده ۶- شورای نظارت بر علایم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و... در معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل و اعضای آن به شرح ذیل است:

الف - معاون امور هنری (رئیس شورا).

ب - مدیر کل مرکز هنرهای تجسمی.

- ج - نماینده سازمان میراث فرهنگی .
- د - نماینده انجمن آثار و مفاخر فرهنگی .
- ه - نماینده وزارت اطلاعات .
- و - دو نفر از کارشناسان برجسته هنرهای تجسمی به پیشنهاد معاون امور هنری و تصویب شورای فرهنگ عمومی .
- ز - یک نفر صاحب نظر در مسایل فرهنگی، تاریخی و دینی از سازمان تبلیغات اسلامی و با تصویب شورای فرهنگ عمومی .
- ح - یک نفر صاحب نظر در مسایل تربیتی از وزارت آموزش و پرورش با تصویب شورای فرهنگ عمومی .
- ط - کارشناس حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به پیشنهاد معاونت حقوقی .
- ی - نماینده وزارت بازرگانی .
- تبصره ۱: معاونت امور هنری می تواند دبیرخانه های مشورتی در استان هایی که توانایی انجام این کار را دارند تشکیل دهد . همچنین تعیین میزان و نحوه مشارکت استان ها در چارچوب نظارتی، به عهده معاونت امور هنری است .
- تبصره ۲: تصمیمات شورای نظارت با تایید اکثریت اعضا معتبر خواهد بود .
- ماده ۷- دبیرخانه شورا موظف به ثبت و حمایت نقوش به کار گرفته در کالا است . همچنین طبق قانون باید از حقوق مولفان و مصنفان حمایت شود .
- ماده ۸- شورا می تواند در صورت لزوم از متخصصین و مطلعین امر برای شرکت در جلسات شورا دعوت به عمل آورد . ضرورت امر و انتخاب فرد مورد نظر، با تایید رییس شورا خواهد بود .
- ماده ۹- شورای نظارت دبیرخانه ای خواهد داشت که وظایف آن فراهم آوردن مقدمات تشکیل جلسات و پی گیری مصوبات و نظارت بر نحوه اجرای مصوبات است .
- ماده ۱۰- شورا برای پی گیری امور و جرایم و تخلفات یک واحد حقوقی به عنوان مدعی در دبیرخانه تشکیل می دهد .
- ماده ۱۱- رسانه های گروهی بالاخص صدا و سیما و مطبوعات موظف اند نسبت به تبلیغ و ترویج نقوش ملهم از هنر ایرانی - اسلامی تلاش کنند .
- ماده ۱۲- دستورالعمل های اجرایی و حدود اختیارات شورای نظارت در چارچوب این آیین نامه توسط معاونت امور هنری تهیه و در اختیار شورای فرهنگ عمومی برای تصویب قرار می گیرد .

آیین‌نامه فوق در ۱۲ ماده و ۳ تبصره در جلسه ۴۷۴ مورخ ۷۹/۱۱/۱۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.

تحلیل حقوقی:

متأسفانه این مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی آنگونه که باید اجرایی نشده و با قانون ساماندهی مد و لباس و تشکیل کارگروه مربوط به آن وفق آیین‌نامه قانون اخیرالذکر به حاشیه رفته است و دارای موازی کاری با قانون یاد شده می‌باشد.

دبیرخانه یا محل تمرکز امور اجرایی این آیین‌نامه در اداره کل هنرهای تجسمی معاونت هنری پیش‌بینی شده و جلسات مربوط به شورای موضوع ماده (۶) آیین‌نامه ظاهراً برگزار نمی‌شود. در سال‌های اخیر با پیگیری کمیسیون اصل نود مجلس شورای اسلامی اقداماتی مختصر به عمل آمده است اما کافی و وافی به مقصود نیست.

اجرایی شدن آیین‌نامه خاصه در زمینه محصولات چاپی مانند لوازم التحریر، دفاتر، البسه و کالاهای مشابه در این خصوص می‌تواند بسیار مفید و کارگشا در نظارت محتوایی باشد هر چند که باید اذعان کرد در این مصوبه و مواد آن ضمانت اجرای مناسب پیش‌بینی نشده است. اما به نظر بتوان با استفاده از ظرفیت اصناف و اماکن نسبت به ساماندهی آن اقدام نمود.

پیشنهاد می‌شود با عنایت به این که در چارت معاونت هنری دو نفر کارشناس برای امور دبیرخانه این آیین‌نامه پیش‌بینی شده از ظرفیت آن استفاده و دبیرخانه آن را با دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس ادغام کرد تا با استفاده از توان دبیرخانه ساماندهی مد و لباس این مصوبه بهتر و با قوت اجرایی گردد.

تحلیل فرهنگی:

در خصوص ماده ۳ باید گفت نکات اشاره شد در این ماده می‌تواند برای لایحه پیشنهادی در حوزه نظارت بر محتوای محصولات چاپی مفید باشد. در واقع در حوزه محصولات چاپی اگر تخلفی در حوزه فرهنگ و ارزش‌ها صورت گیرد ممنوعیت همین مواردی است که به آن‌ها اشاره شده است.

نکته دیگر آن که؛ این مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی با قوانین عمومی و قوانین تخصصی حوزه تبلیغات بازرگانی، ساماندهی مد و لباس، عدم به کارگیری اسامی بیگانه و... موازی کاری دارد و معلوم نیست چه نیازی به تکرار قوانین است. خوشبختانه رویکرد قوه قضائیه بر اساس کاهش تعاریف مجرمانه و کاهش مجازات‌های کیفری است و پیشنهاد می‌شود همه مواردی که

برای رعایت کارهای فرهنگی (سینما، تئاتر، مد و لباس، لوازم التحریر، کتاب، تبلیغات بازرگانی، چاپ، نشر، رسانه‌ها و...) لازم است در یک بند مشخص شود و هر دستگاه براساس حوزه کاری خود یک آیین‌نامه اجرایی داشته باشد.

قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷

فصل سوم - حمایت از علائم تجاری

ماده ۶۶. به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش بر خط (Online) علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.

نقض علائم تجاری

ماده ۷۶. متخلفان از ماده (۶۶) این قانون به یک تا سه سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهند شد.

تحلیل حقوقی:

قانون تجارت الکترونیک و ماده (۶۶) ناظر بر تبلیغ کالا و تجارت در بستر الکترونیک و تحت وب یا فضای مجازی است و ارتباطی با چاپ و واحدهای چاپی ندارد.

حوزه مسئول در خصوص موارد فوق دفتر تجارت الکترونیک وزارت صنعت، معدن و تجارت است و در برخی امور و ساماندهی سایت‌ها مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال مجوزهای لازم را اعطا می‌کند.

همچنین کارگروه تعیین مصادیق مجرمانه هم بر سایت‌ها نظارت و نسبت به برخورد با متخلفین اقدام می‌کند. بنابراین با موضوع واحدها چاپی و نظارت بر محتوای چاپی خروج موضوعی دارد.

تحلیل فرهنگی:

از آن‌جا که امروزه حجم عظیمی از کارهای چاپی و همچنین تبلیغات بازرگانی در فضای مجازی و با کامپیوتر انجام می‌شود هرگونه لایحه‌ای باید ویژگی‌های این شرایط جدید را هم در نظر بگیرد.

آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

ماده ۸ / آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات.

وارد کنندگان کالاهای مختلف اعم از دولتی و غیردولتی جهت اخذ مجوز ورود و ثبت سفارش باید منحصراً، به وزارت بازرگانی مراجعه کنند.

تبصره ۱- موافقت با ورود کالا، مجوز ترخیص نیز تلقی شده و نیاز به اخذ مجوز جداگانه ندارد.

ماده ۳۶ / آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات صدور کتب و نشریات، فیلم و نوار، نقاشی و سایر آثار فرهنگی و هنری

صدور کتب و نشریات، فیلم و نوار که نشر و پخش آن در کشور ممنوع نیست، مجاز است. صدور تابلو نقاشی و سایر آثار فرهنگی با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز می باشد.

بند ۶ تبصره ۲ ماده ۳۸:

ورود و ترخیص موقت یا قطعی کتب و نشریات، CD، دیسکت، نوار و میکرو فیلم حاوی مطالب علمی و فرهنگی و سایر محصولات صنعت چاپ، تکثیر و کپی برداری در زمینه های علمی و فنی مشروط بر آن که از نوع ممنوع شرعی یا قانونی نباشد، با موافقت وزارتخانه های (علوم، تحقیقات و فناوری)؛ «بهداشت، درمان و آموزش پزشکی» حسب مورد و در سایر زمینه ها با موافقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون ارائه هیچ گونه مجوز دیگری قابل انجام است.

مندرجات ذیل یادداشت فصل ۸۴ آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات.

بند ۱. ورود هر گونه ماشین آلات چاپ، لیتوگرافی، گراور ساز، حروف چینی و صحافی موکول به اجازه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

مندرجات ذیل یادداشت فصل ۹۷ آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

بند ۱. به موجب مصوبه قانونی شماره ۶۴۱۶ مورخ ۱۳۵۸/۵/۲۰ شورای انقلاب اسلامی قانون معافیت ورود و صدور اشیاء عتیقه و آثار فرهنگی و هنری اصیل و معتبر مورخ ۲۲ تیرماه ۱۳۵۴ و آیین نامه اجرایی آن مورخ ۵۴/۷/۲۸ (جز در مورد اشیاء عتیقه و هنری که به گواهی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای موزه های دولتی خریداری و وارد می شود) لغو شده است.

بند ۴. به موجب بند ۱ مصوبه قانونی شورای انقلاب اسلامی مصوب ۱۳۵۸/۱۰/۲۲ صدور هرگونه اشیا عتیقه و هنری از کشور ممنوع است. این ممنوعیت شامل تابلو و آثار هنرهای تجسمی معاصر (مربوط به پنجاه سال اخیر) نمی‌شود.

بند ۶. ورود کلیه کالاهای این فصل (فصل ۹۷) موقوف به موافقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز می‌باشد.

تحلیل حقوقی:

قانون مقررات صادرات و واردات و آیین‌نامه اجرایی آن ناظر به محصولات چاپی‌ای است که در خارج از کشور چاپ شده و می‌خواهد وارد کشور شود. مشکل کشور در حوزه صادرات محصولات چاپی نیست و محصولات ایران (چاپی) در صورتی که نشر و پخش آن در کشور ممنوع نباشد امکان صادرات دارند.

رویه موجود در دفتر چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم همین بوده که اگر کالایی به قصد صادرات بوده بسته‌بندی و موارد چاپی را به شرط غیرمجاز نبودن (خاصه در خصوص تصاویر) مجوز می‌دادند و موارد مربوط به رعایت قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی بیگانه در بخشنامه مربوط فارسی‌نویسی محصولات صادراتی سخت‌گیری نمی‌شد. مهم واردات محصولات چاپی بوده که می‌بایست مطابق مقررات جاری بررسی و مجاز باشد.

محصولات ایرانی که جعبه و بسته‌بندی آن چاپ و تولید خارج کشور باشد و بخواهد وارد ایران شود هم مشمول همین موضوع است (مگر این که برای صادرات باشد و بخواهد ورود موقت بگیرد) و عمده پرونده‌های دفتر چاپ در سال‌های اخیر که در کمیسیون‌های مربوطه مطرح می‌شد ناظر به همین بخش بوده است.

* علی‌ایحال مقررات صادرات و واردات در این بخش کامل است و امکان نظارت بر محصولات چاپی وارداتی وجود دارد.

- بند (۱) ذیل فصل (۸۴) آیین‌نامه مقررات صادرات و واردات در سال ۹۶ حذف شده و دیگر جاری نیست و دستگاه‌های چاپ و لیتوگرافی برای ورود نیاز مجوز ارشاد ندارند.

- الباقی موارد مانند آثار هنری و ... به نظر از حوزه محصولات چاپی خروج موضوعی دارد.

تحلیل فرهنگی:

در مورد بند ۶ تبصره ۲ ماده ۳۸ باید تصریح و تاکید شود که منظور از «محصولات صنعت چاپ» صرفاً محتوا و پیام محصولات و خدمات چاپی هست و مواردی صنعتی و تکنولوژیکی

مانند قطعات و مواد اولیه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ربطی ندارد. در مورد بند ۱ مندرجات ذیل یادداشت فصل ۸۴ آیین نامه اجرای قانون مقررات صادرات و واردات باید گفت؛ این بند باید پس از اصلاح در قانون و مقررات فعلی، لغو شود.

قانون مجازات اسلامی

فصل پنجم - جعل و تزویر

ماده ۵۲۳ - جعل و تزویر عبارتند از: ساختن نوشته یا سند یا ساختن مهر یا امضای اشخاص رسمی یا غیررسمی، خراشیدن یا تراشیدن یا قلم بردن یا الحاق یا محو یا اثبات یا سیاه کردن یا تقدیم یا تأخیر تاریخ سند نسبت به تاریخ حقیقی یا الصاق نوشته‌ای به نوشته دیگر یا به کار بردن مهر دیگری بدون اجازه صاحب آن و نظایر این‌ها به قصد تقلب.

ماده ۵۲۴ - هر کس احکام یا امضا یا مهر یا فرمان یا دست خط مقام رهبری و یا رؤسای سه قوه را به اعتبار مقام آنان جعل کند یا با علم به جعل یا تزویر استعمال نماید، به حبس از سه تا پانزده سال محکوم خواهد شد.

ماده ۵۲۵ - هر کس یکی از اشیای ذیل را جعل کند یا با علم به جعل یا تزویر استعمال کند یا داخل کشور نماید علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از یک تا ده سال محکوم خواهد شد:

۱- احکام یا امضا یا مهر یا دست خط معاون اول رئیس جمهور یا وزرا یا مهر یا امضای اعضای شورای نگهبان یا نمایندگان مجلس شورای اسلامی یا مجلس خبرگان یا قضات یا یکی از رؤسا یا کارمندان و مسئولین دولتی از حیث مقام رسمی آنان.

۲- مهر یا تمبر یا علامت یکی از شرکت‌ها یا مؤسسات یا ادارات دولتی یا نهادهای انقلاب

اسلامی

۳- احکام دادگاه‌ها یا اسناد یا حواله‌های صادره از خزانه دولتی

۴- منگنه یا علامتی که برای تعیین عیار طلا یا نقره به کار می‌رود.

۵- اسکناس رایج داخلی یا خارجی یا اسناد بانکی نظیر برات‌های قبول شده از طرف بانک‌ها یا چک‌های صادره از طرف بانک‌ها و سایر اسناد تعهدآور بانکی

تبصره: هر کس عمداً و بدون داشتن مستندات و مجوز رسمی داخلی و بین‌المللی و به منظور القای شبهه در کیفیت تولیدات و خدمات از نام و علائم استاندارد ملی یا بین‌المللی استفاده نماید به حداکثر مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.

ماده ۵۲۹ - هر کس مهر یا منگنه یا علامت یکی از شرکت‌های غیردولتی که مطابق قانون تشکیل شده است یا یکی از تجارتخانه‌ها را جعل کند یا با علم به جعل، استعمال نماید علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا دو سال محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۰ - هر کس مهر یا تمبر یا علامت ادارات یا شرکت‌ها یا تجارتخانه‌های مذکور در مواد قبل را بدون مجوز به دست آورد و به طریقی که به حقوق و منافع آن‌ها ضرر وارد آورد استعمال کند یا سبب استعمال آن گردد علاوه بر جبران خسارت وارده به دو ماه تا دو سال حبس محکوم خواهد شد.

فصل هجدهم - جرایم ضد عفت و اخلاق عمومی

ماده ۶۴۰ - اشخاص ذیل به حبس از سه ماه تا یک سال و جزای نقدی از یک میلیون و پانصد هزار ریال تا شش میلیون ریال و تا ۷۴ ضربه شلاق یا به یک یا دو مجازات مذکور خواهند شد :

۱- هر کس نوشته یا طرح، گراور، نقاشی، تصاویر، مطبوعات، اعلانات، علایم، فیلم، نوار سینما و یا به‌طور کلی هر چیز کلی که عفت و اخلاق عمومی را جریحه‌دار نماید برای تجارت یا توزیع به نمایش و معرض انظار عمومی گذارد یا بسازد یا برای تجارت و توزیع نگاه دارد .

۲- هر کس اشیاء مذکور را به منظور اهداف فوق شخصاً یا به وسیله دیگری وارد یا صادر کند و یا به نحوی از انحاء متصدی یا واسطه تجارت و یا هر قسم معامله دیگر شود یا از کرایه دادن آن‌ها تحصیل مال نماید .

۳- هر کس اشیاء فوق را به نحوی از انحاء منتشر نماید یا آن‌ها را به معرض انظار عمومی بگذارد .

۴- هر کس برای تشویق به معامله اشیای مذکور در فوق و یا ترویج آن اشیاء به نحوی از انحاء اعلان و یا فاعل یکی از اعمال ممنوعه فوق و یا محل بدست آوردن آن را معرفی نماید.

تبصره ۱ - مفاد این ماده شامل اشیائی نخواهد بود که با رعایت موازین شرعی و برای مقاصد علمی یا هر مصلحت حلال عقلانی دیگر تهیه یا خرید و فروش و مورد استفاده متعارف علمی قرار می‌گیرد.

تبصره ۲ - اشیای مذکور ضبط و محو آثار می‌گردد و جهت استفاده لازم به دستگاه دولتی ذی‌ربط تحویل خواهد شد.

تحلیل حقوقی:

به نظر می‌رسد از فصل پنجم قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ (کتاب تعزیرات) که هم اکنون نیز جاری و پایرجاست مواد ۵۲۹، ۵۳۰ و ۵۳۱ (بیشترین کاربرد را در حوزه محصولات

چاپی داشته باشد. چرا که عمدتاً محصولات قلابی و قاچاق و بی کیفیت در بسته بندی کالاهای معتبر داخلی و خارجی توسط خلافکاران عرضه می شود و این بسته بندی ها در چاپخانه ها تولید می شود. ماده (۵۲۹) اشعار می دارد:

"هر کس مهر یا منگنه یا علامت یکی از شرکت های غیردولتی که مطابق قانون تشکیل شده است یا یکی از تجارت خانه ها را جعل کند یا با علم به جعل استعمال نماید، علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا دو سال محکوم خواهد شد و ..."

سایر موارد خاصه آن ها که مطلقاً عنوان جعل دارند شاید چندان به حوزه محصولات چاپی نزدیک نباشد و یا در چاپخانه ها تولید نگردند و محدود به اوراق دولتی و سربرگ ها باشد. به هر حال در قوانین جزائی در خصوص این موارد تعیین تکلیف شده و علاوه بر مواردی که صرفاً جرم جنبه خصوصی دارد به نظر در این گونه موارد جنبه عمومی جرم غلبه داشته و مدعی العموم وارد می شود.

یکی از حوزه های درگیر در این مورد، کالاهای قاچاق و نیز کالاهایی که به طور غیرقانونی و فله ای وارد کشور می شود و برای بسته بندی، در داخل کشور جعبه و بسته آن چاپ می گردد و کالاهایی که در بسته بندی برندهای خارجی عرضه می شود اما خارجی نبوده و صرفاً بسته بندی قلابی مذکور در چاپخانه های متخلف داخلی چاپ شده است، مثل قرار دادن مواد مضر و روغن های بی کیفیت در بسته بندی محصولات آرایشی و بهداشتی برند خارجی، که به نظر تعزیرات حکومتی و سازمان حمایت حقوق مصرف کنندگان و وزارت بهداشت باید در این زمینه ورود کنند چرا که این گونه محصولات و خاصه بسته بندی آن که یک کار چاپی است اصولاً بار و محتوای فرهنگی ندارد که ارشاد مرجع تشخیص آن باشد؛ به عبارت بهتر باید گفت؛ در موارد جعل و تزویر چنانچه بسته بندی یا محصول چاپی اعم از مندرج در روی محصول یا جعبه آن صرفاً در مواردی در صلاحیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که دارای محتوای فرهنگی، عکس یا علامت یا نشان های از این است باشد و صرفاً خود اسم محصول یا معرفی آن به عنوان یک محصول خارجی وارداتی چون بار فرهنگی ندارد مورد توجه ارشاد نیست و در این موارد مصرف کنندگان متضرر، مدعی العموم و سازمان های ذی ربط غذایی و دارویی یا از این دست تولید و مسئولیت مستقیم دارند.

البته بر اساس مقررات فعلی اگر در چاپخانه ای این محصولات وجود داشته باشد و مشخصات سفارش دهنده و مجوزات لازم را چاپخانه اخذ نکرده باشد تخلف کرده و با آن برخورد می شود

اما در شرایط آتی که تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها به وزارت صنعت، معدن و تجارت محول شود این دست تخلفات بدلیل محتوایی نبودن در حیطه اختیارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای برخورد قرار نخواهند داشت.

تحلیل فرهنگی:

تبصره ماده ۵۲۵ می‌تواند که محکومیت یک تا ده سال حبس را برای جاعلان در نظر گرفته است می‌تواند در حوزه جعل و تقلب که یکی از آسیب‌های جدی حوزه چاپ است به کار رود. البته قضاوت و صدور احکام کیفری قاعداً با مراجع ذیصلاح قضایی است. ماده ۶۴۰ دارای نکات بسیار مهمی برای موضوع نظارت بر محتوای محصولات چاپی است. طبق این ماده «اشخاص ذیل به حبس از سه ماه تا یک سال و جزای نقدی از یک میلیون و پانصد هزار ریال تا شش میلیون ریال و تا ۷۴ ضربه شلاق یا به یک یا دو مجازات مذکور خواهند شد: ۱- هر کس نوشته یا طرح، گراور، نقاشی، تصاویر، مطبوعات، اعلانات، علایم، فیلم، نوار سینما و یا به‌طور کلی هر چیز کلی که عفت و اخلاق عمومی را جریحه‌دار نماید برای تجارت یا توزیع به نمایش و معرض انظار عمومی گذارد یا بسازد یا برای تجارت و توزیع نگاه دارد.» به نظر می‌رسد حتی اگر هیچ قانونی نباشد فقط با استناد به همین قانون می‌توان جلوی تخلفات محتوایی و فرهنگی در حوزه چاپ را گرفت و با تشکیل پرونده فرد خاطی را به دادگاه کشاند.

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

ماده ۷- تبلیغات خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق و سایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع می‌باشد.

تبصره- آیین‌نامه اجرایی این ماده توسط وزارت بازرگانی با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حداکثر ظرف مدت شش ماه تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

تحلیل حقوقی:

به استناد ماده (۲) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین هستند و براساس ماده (۳) آیین‌نامه اجرایی تبصره ماده (۷) این قانون مسئولیت تبلیغ خلاف واقع بر عهده سفارش‌دهنده و سازنده آگهی است. البته این ضوابط عمدتاً ناظر به

کانون‌های آگهی و تبلیغاتی است و جلوگیری از انتشار آن هم در مطبوعات و رسانه‌های دارای مجوز از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی امکان‌پذیر است. اما به نوعی خود وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مسئولیت مستقیم در کشف موضوع ندارد، مثلاً در ماده (۵) آیین‌نامه تخلف از سوی اتحادیه‌ها، سازمان صنعت، معدن و تجارت و ... به ادارات کل ارشاد منعکس می‌شود تا برابر ضوابط به تخلفات رسیدگی کنند یا ماده (۷) که سازمان تعزیرات حکومتی واحد متخلف را به ارشاد معرفی می‌نماید.

براساس بند (د) ماده (۱) آیین‌نامه؛ تولیدات چاپی نظیر برگه‌های آگهی نما، برگه‌های تبلیغاتی، دفترک، دفترچه‌های راهنما، بسته‌بندی، برچسب، کارت معرفی و آگهی‌نامه در زمره تبلیغ محسوب می‌شود. لذا براساس ماده (۴) آیین‌نامه که اشعار می‌دارد:

"سازنده آگهی موظف است هنگام پذیرش درخواست سفارش‌دهنده، در خصوص اشخاص حقیقی هویت فرد را احراز و در خصوص اشخاص حقوقی مجوز فعالیت قانونی به انضمام درخواست کتبی ممه‌ور به مهر شخص حقوقی را اخذ نماید"، چاپخانه‌ها موظفند نسبت به اخذ موارد مذکور برای چاپ بسته‌بندی و .. و مجوزات لازم اقدام کنند و در صورت تخلف مسئولیت دارند و در صورت کشف تخلف توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا معرفی توسط مراجع مذکور در آیین‌نامه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تخلفات چاپخانه‌ها رسیدگی می‌نماید.

اما اشکال اساسی که در حال حاضر وجود دارد این است که در صورت اصلاح بند (۱۶) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و واگذاری تأسیس چاپخانه‌ها به وزارت صنعت، معدن و تجارت رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها (فارغ از مجازات‌هایی که تعزیرات یا اصناف اعمال می‌نمایند) امکان‌پذیر نیست؛ چرا که عمده مجازات‌های مندرج در ماده (۲۳) آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته و دستورالعمل مربوط به آن زمانی اجرایی است که تأسیس و پروانه تأسیس چاپخانه با ارشاد باشد و لذا ضروری است مواردی که در مقررات و قوانین در این حوزه (رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها) ذکر شده نیز به عهده وزارت صنعت قرار داده شود. البته باید اختیار معرفی متخلفین با توجه به نظارت محتوایی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی داده شود. البته موارد مندرج در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان و مواردی که تبلیغ خلاف واقع نامیده می‌شود صرفاً بندهای (ل) و (ف) ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی تبصره ماده (۷) قانون حمایت از مصرف‌کنندگان در حوزه محتوایی بوده و الباقی ارتباطی با حوزه محتوای محصولات چاپی به لحاظ نظارت فرهنگی و مغایرت با فرهنگ و اخلاق جامعه ندارد که

بند (ل) کاملاً کلی و در خصوص مواردی است که در قانون خلاف شمرده شده یا ممنوع است و بند (ف) پیرامون استفاده ابزاری از زنان و کودکان است.

لذا پیشنهاد می‌شود قانون و آیین‌نامه اصلاح جزئی پیدا کرده و در حوزه چاپخانه‌ها مسئولیت رسیدگی به تخلف پس از اصلاح (احتمالی) بند (۱۶) ماده (۲) قانون ارشاد به وزارت صنعت واگذار شود.

آیین‌نامه اجرایی ماده «۷» قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

ماده ۱- در این آیین‌نامه اصطلاحات و عبارات زیر در معانی مشروح مربوط به کار می‌روند:

الف- قانون: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان.

ب- انجمن: انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان موضوع ماده (۹) قانون.^۱

ج- مصرف‌کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند.

د- تبلیغ: انتشار هرگونه اطلاعات برای معرفی کالاها و خدمات مشمول این آیین‌نامه از طریق رسانه‌ها از قبیل رادیو، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، مطبوعات، سینما، اینترنت، اینترانت، شبکه‌های صوتی و تصویری سازمانی، کارنما، نمایشگاه، اسلاید، بانک‌های اطلاعات، سامانه پیام کوتاه، تابلوی سردر واحد صنفی و تولیدات چاپی نظیر برگه‌های آگهی‌نما، برگه‌های تبلیغاتی، دفترک، دفترچه‌های راهنما، بسته‌بندی، برچسب، کارت معرفی و آگهی‌نما.

ه- تبلیغ خلاف واقع: تبلیغ حاوی اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده کالا و خدمات شود.

و- سفارش‌دهنده: شخص حقیقی یا حقوقی که ساخت یا پخش و نشر تبلیغ را سفارش می‌دهد.

ز- سازنده آگهی: هر يك از کانون‌های آگهی و تبلیغاتی موضوع آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی - مصوب ۱۳۵۸-

ماده ۲- موارد زیر تبلیغ خلاف واقع و اطلاعات نادرست محسوب می‌شود:

الف- استفاده از مطالب گمراه‌کننده و ادعاهای غیرقابل اثبات و کذب.

ب- ارتکاب فعل یا ترك فعل که سبب مشتبه شدن یا فریب مخاطب از نظر کمیت یا کیفیت شود.

ج- تبلیغ فراتر از واقعیت کالا یا خدمات موردنظر.

۱. ماده ۹: «به منظور ساماندهی مشارکت مردمی در اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، به موجب این قانون انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تأسیس می‌شود و در این قانون «انجمن» خوانده خواهد شد.»

- د- استفاده از صفات مطلق و اغراق آمیز نظیر کاملاً بهداشتی و صد درصد تضمینی.
- ه- عدم ارائه اطلاعات دقیق، صحیح و روشن کالاها و خدمات.
- و- بی ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دادن خدمات و کالاهاى دیگران.
- ز- استناد به تأییدیه‌هایی که تاریخ اعتبار آنها منقضی و یا به هر دلیل معتبر نیستند.
- ح- تقلید از ساختار، متن، شعار، تصاویر، آهنگ و شباهت‌های تبلیغاتی تجاری دیگر محصولات که مصرف کننده را فریب دهد و منجر به گمراهی وی شود.
- ط- استفاده از اسامی، عناوین و نشان افراد و مؤسساتی که دارای شهرت هستند به نحوی که مصرف کننده را فریب دهد.
- ی- استناد به تقدیرنامه، جایزه و گواهی صادر شده از مراکز رسمی مورد تأیید مراجع ذیصلاح، فراتر از متن آنها.
- ک- هرگونه اعلان یا ارائه اطلاعات نادرست در برگه‌های تعهد یا تضمین کالا و خدمات.
- ل- تبلیغ کالاها و خدماتی که از سوی دستگاه‌های ذی ربط حسب اختیارات و وظایف قانونی آنها غیرمجاز اعلام می‌شوند.
- م- تبلیغ کالاها یا خدمات فاقد مجوزی که براساس قوانین و مقررات، تولید و عرضه آنها منوط به اخذ مجوز از مراجع قانونی ذی ربط می‌باشد.
- ن- استناد به منابع و مراجع خارجی در تبلیغ محصولات داخلی بدون تأیید مراجع ذیصلاح.
- س- استفاده از صفات تفضیلی و عالی به صورت صریح و یا به کارگیری هر شیوه دیگری در نگارش یا قرائت متن به منظور القای مفهوم برتر یا برترین بودن کالا و خدمات بدون تأیید مراجع ذیصلاح.
- ع- عدم تصریح هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغ به نفع اوست به استثنای آن بخش از تبلیغ که منتهی به تبلیغ اصلی می‌شود و صرفاً برای جلب توجه مخاطبان انتشار می‌یابد. (تبلیغ انتظاری)
- ف- استفاده ابزاری از زنان، مردان و کودکان که نقش اصلی را در معرفی کالا و خدمات ایفا می‌نماید.
- ماده ۳- مسئولیت تبلیغ خلاف واقع بر عهده سفارش دهنده و سازنده آگهی است.
- ماده ۴- سازنده آگهی موظف است هنگام پذیرش درخواست سفارش دهنده،

درخصوص اشخاص حقیقی، هویت فرد را احراز و درخصوص اشخاص حقوقی مجوز فعالیت قانونی به انضمام درخواست کتبی مههور به مهر شخص حقوقی را اخذ نماید. تبصره- سازنده آگهی موظف است نام، نشانی، شماره پروانه فعالیت و شماره تلفن خود و نام و نشانی سفارش دهنده و مشخصات کالا و خدمات ارائه شده را به طور واضح در برگه‌های تبلیغاتی چاپی درج نماید.

ماده ۵- تخلف رسانه‌های موضوع بند (د) ماده (۱) این آیین‌نامه و سازنده آگهی حسب مورد توسط سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان، مجامع امور صنفی، اتحادیه‌ها، انجمن و مراجع نظارتی ذی‌ربط به ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی منعکس می‌گردد تا طبق ضوابط مربوط، به تخلف آن‌ها رسیدگی شود.

ماده ۶- نحوه رسیدگی مراجع ذی‌ربط، در صورت شکایت مصرف‌کنندگان یا اطلاع از وقوع تبلیغ خلاف واقع، براساس قانون و آیین‌نامه اجرایی آن، موضوع تصویب نامه شماره ۱۷۳۲۷۰/ت/۴۵۳۴۱ هـ مورخ ۱۳۹۰/۹/۲ می‌باشد.

ماده ۷- در صورت صدور رأی قطعی (موضوع تبلیغ خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست)، سازمان تعزیرات حکومتی يك نسخه از رأی صادر شده را به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارسال می‌نماید تا طبق ضوابط نسبت به جلوگیری از انتشار آگهی اقدام لازم را به عمل آورد.

ماده ۸- پس از طرح شکایت ناشی از تبلیغ خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست موضوع مواد (۱۴) و (۱۷) قانون در انجمن و اتحادیه‌های صنفی، در صورتی که اقدام سفارش دهنده به تشخیص مراجع یاد شده منجر به بروز خسارت نسبت به سایر مصرف‌کنندگان نیز شود، هر يك از مراجع مذکور موظف به انعکاس گزارش تخلف به سازمان صنعت، معدن و تجارت استان می‌باشند.

۱. ماده ۱۴: «به منظور تسهیل و تسریع در رسیدگی به تخلفات و در راستای استیفاء حقوق مصرف‌کنندگان، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان می‌توانند شکایات واصله از افراد حقیقی و حقوقی را در حدود موارد مذکور در بندهای (۲)، (۳) و (۴) ماده (۱۲) این قانون بررسی نموده و در صورت عدم توافق طرفین (شاکي و متشاکي عنه) یا جهت رسیدگی قانونی به سازمان تعزیرات حکومتی ارجاع نمایند. سازمان مذکور موظف است شکایات مربوط به صنوف مشمول قانون نظام صنفی را در مواردی که واجد عناوین مجرمانه نباشد براساس قوانین و مقررات مربوطه رسیدگی و حکم لازم را صادر و اجرا نماید.»

ماده ۱۷: «اتحادیه‌های صنفی موظفند شکایات اشخاص را از تخلفات واحدهای صنفی مشمول قانون نظام صنفی بررسی نموده و نسبت به حل و فصل آن اقدام نمایند یا برای رسیدگی به سازمان تعزیرات حکومتی ارسال نمایند و نیز ناظران و بازرسان کمیسیون‌های نظارت موضوع ماده (۵۲) قانون نظام صنفی شکایات اشخاص را از تخلفات واحدهای صنفی مورد بررسی قرار داده و در صورت احراز تخلف مراتب را برای رسیدگی به سازمان تعزیرات حکومتی ارسال نمایند.»

تحلیل حقوقی:

در بخش قانون حمایت از مصرف کنندگان توضیح داده شده است.

تحلیل فرهنگی:

در خصوص ماده ۱ بند «د» که به تعریف «تبلیغ» اختصاص دارد باید گفت؛ طبق این تعریف؛ تبلیغ یعنی «انتشار هرگونه اطلاعات... از طریق... تولیدات چاپی نظیر... بسته بندی، برچسب و...» بنابراین از این تعریف و از این قانون می توان بر نظارت بر تخلف در حوزه محصولات و خدمات چاپ و بسته بندی هم استفاده کرد. بر همین اساس می توان از ماده ۲ و بندهای ذیل آن برای نظارت بر کارهای چاپی استفاده کرد. بندهای ذیل ماده ۲ به شرح زیر است:

قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۹۲

ماده ۵۹ - تقلب: عبارت است از عرضه یا فروش کالا یا ارائه خدمتی که از لحاظ کیفیت یا کمیت منطبق با مشخصات کالا یا خدمت ابرازی یا درخواستی نباشد.

جریمه تقلب، با عنایت به دفعات تکرار در طول هر سال به شرح زیر است:

متخلف علاوه بر الزام به پرداخت خسارت وارد شده به خریدار یا مصرف کننده در مرتبه اول معادل دو برابر مابه التفاوت ارزش کالا یا خدمت ابرازی یا درخواستی و کالای عرضه شده یا فروخته شده یا خدمت ارائه داده شده و در مرتبه دوم به چهار برابر مابه التفاوت مذکور جریمه می شود.

در مرتبه سوم به شش برابر مابه التفاوت، جریمه می شود و علاوه بر پرداخت جریمه پارچه یا تابلو بر سردر محل کسب به عنوان متخلف صنفی به مدت دو هفته نصب می گردد.

در مرتبه چهارم به هشت برابر مابه التفاوت جریمه می شود و پارچه یا تابلو بر سردر محل کسب به عنوان متخلف صنفی به مدت یک ماه نصب می گردد.

در مرتبه پنجم و مراتب بعدی به ده برابر مابه التفاوت جریمه می شود و پارچه یا تابلو بر سردر محل کسب به عنوان متخلف صنفی به مدت دو ماه نصب می گردد. همچنین به مدت شش ماه پروانه کسب وی تعلیق و محل کسب تعطیل می گردد.

تبصره ۱- در صورت تقاضای خریدار مبنی بر استرداد کالای مورد تقلب فروشنده علاوه بر پرداخت جریمه مقرر، مکلف به قبول کالا و استرداد وجه دریافتی به خریدار است و در صورت استنکاف واحد صنفی تا اجرای کامل حکم، تعطیل می شود.

تبصره ۲- در صورتی که در قوانین دیگر برای عمل متقلبانه مجازات شدیدتری پیش بینی شده باشد، فرد متقلب به مجازات مزبور محکوم خواهد شد.

تبصره ۳- عرضه، نگهداری به قصد فروش و فروش کالا بدون علامت استاندارد ایران و ارائه خدمات بدون تأیید مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران در صورتی که استاندارد کالا یا خدمات اجباری شده باشد، مشمول مقررات این ماده می شود.

تبصره ۴- فروش کالاهای تاریخ مصرف گذشته در حکم تقلب محسوب می شود و مرتکب به جرمه مقرر در این ماده محکوم می شود. چنانچه کالا یا خدمات عرضه شده بنابر نظر کارشناسی غیر قابل مصرف باشد، جرمه و خسارت بر مبنای قیمت عرضه شده محاسبه می شود.

ماده ۶۷: چنانچه بر اثر وقوع تخلف‌های مندرج در این قانون، خسارتی به اشخاص ثالث وارد شود، به درخواست شخص خسارت دیده، فرد صنفی متخلف، علاوه بر جرمه‌های مقرر در این قانون، به جبران زیانهای وارد شده به خسارت دیده نیز محکوم خواهد شد.

تحلیل حقوقی:

به استناد ماده (۹۵) مکرر ۲ قانون نظام صنفی، رسیدگی به تخلفات صنفی کلیه افراد صنفی به موجب احکام این قانون خواهد بود و کلیه قوانین عام و خاص مغایر، لغو می شود. به موجب ماده (۷۳) قانون مزبور از زمان لازم الاجرا شدن این قانون، رسیدگی به تخلفات افراد صنفی و تعیین جرمه‌های آنها تنها به موجب احکام این قانون صورت خواهد پذیرفت. تخلفات موصوف قانون صنفی در فصل (۸) قانون مزبور بیان شده است و به نظر می رسد فعالیت چاپخانه‌ها مشمول ماده (۵۹) یعنی تقلب می باشد. چرا که در تعریف این واژه در قانون مذکور آمده است: «... یا ارائه خدمتی که از لحاظ کیفیت یا کمیت منطبق با مشخصات کالا یا خدمت ابرازی یا درخواستی نباشد».

اما باید در نظر داشت این تخلفات ناظر به زمانی است که من سفارش چاپ یک محصول را بدهم ولی چاپخانه مثلاً از کاغذ مورد توافق یا جوهر مورد نظر و یا با کیفیت مورد نظر محصول چاپی را ارائه ندهد. به نظر بنده این ماده مشمول دیگر تخلفات چاپخانه‌ها در ارائه و چاپ بسته‌بندی محصولات قاچاق یا چاپ موارد مغایر با فرهنگ کشور یا موارد ممنوعه نیست، به عبارتی قانون‌گذار این موارد را در زمره تخلفات صنفی نیآورده و شاید این تفکر حاکم بوده که اگر جرم باشد در جرایم و اگر ناظر بر حقوق مصرف کنندگان است مطابق آن قانون عمل می شود و اگر چاپ موارد ممنوعه است مثل عدم رعایت فارسی نویسی، احکام آن در قانون مربوطه

پیش‌بینی شده است. پس احکام فصل (۸) قانون نظام صنفی ناظر بر روابط بین ارائه‌دهنده خدمت یا فروشنده با خریدار یا مشتری است.

سؤال: آیا ماده فوق که از قانون نظام صنفی گرفته شده برای قانون احتمالی حوزه نظارت بر محصولات چاپی و به ویژه بحث تقلب سازگار است؟

در خصوص ماده (۶۷) قانون نظام صنفی باید گفت که از الگوی سایر هیأت‌های رسیدگی به تخلفات بهره گرفته است که مجازات‌های صنفی را مانع دریافت خسارت ناشی از عمل متخلف به ثالث ندانسته است. از این منظر باید شاکی خصوصی که از عمل واحد صنفی متضرر شده دادخواست خود را به مراجع ذی‌صلاح ارائه و تقاضای اخذ خسارت نماید. این ماده در مواردی که زیان دیده فرهنگ کشور است یا شاکی خصوصی وجود ندارد و همین‌طور مواردی که زیان قابلیت تقویم و محاسبه به وجه را ندارد کاربردی نیست چرا که موضوع اخذ ضرر و زیان است. البته ماده (۶۷) و خسارت ناشی از تخلفات فقط می‌تواند در چهارچوب تخلفات مندرج در فصل (۸) قانون نظام صنفی باشد نه فراتر از آن و اصل در این‌گونه موارد تفسیر مضیق است و نمی‌توان دامنه آن را به مواردی که در قانون نیامده است بسط و گسترش داد؛ مانند آنچه که مشمول موارد تعریف مندرج برای تقلب در حوزه چاپ نمی‌شود و پیشتر بیان شده است.

سؤال: آیا به نظر شما صدور حکم برای تخلف در حوزه محصولات چاپی باید به عهده کمیته و کمیسیون‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد یا باید به قوه قضائیه گزارش شود و به دادگاه ویژه‌ای مانند دادگاه مطبوعات برود؟

به استناد تبصره (۱) ذیل ماده (۹۱) قانون نظام صنفی «اخذ پروانه کسب از اتحادیه، مانع اعمال نظارت مقرر در قوانین جاری از سوی هر یک از دستگاه‌های دولتی یا نهادهای عمومی غیردولتی یاد شده بر آن‌ها نخواهد بود». بنابراین نظارت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و رسیدگی به تخلفات واحدهایی مثل چاپخانه‌ها که مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دریافت می‌کنند بلامانع است و در صورتی که به سایرین خسارت وارد شود آن‌ها هم می‌توانند از دادگاه صالح تقاضای رسیدگی به تخلف و الزام به پرداخت خسارت را بخواهند. موارد تخلف هم که می‌تواند توسط چاپخانه سر بزنند در قوانین و مقررات مختلف خاصه آن‌هایی که در این طرح آورده شده‌اند ذکر گردیده است و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان نهادی که تأسیس و نظارت بر آن‌ها را عهده‌دار است می‌تواند به تخلفات آن‌ها رسیدگی نماید.

موضوع زمانی ماهیات پیچیده‌تری به خود می‌گیرد که تخلف مزبور علاوه بر تخلف بودن

مشمول یکی از عناوین مجرمانه در قوانین کیفری باشد که در این صورت ارشاد با توجه به ذی نفع بودن یا نبودن می‌تواند تصمیم‌گیری نماید و به عنوان شاکی یا صرفاً اعلام‌کننده تخلف وارد شود. در غایب موارد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نه ذی نفع است و نه ذی ضرر مانند این که بسته‌بندی‌های چاپ شده ی یک محصول خارجی در داخل چاپخانه‌ای بدون آن که مجوز لازم برای چاپ چنین چیزی وجود داشته باشد و احتمالاً هم کالای مورد نظر به صورت غیرقانونی و قاچاق (فله‌ای و بدون بسته‌بندی) وارد کشور شده، کشف می‌شود که در این گونه موارد به نظر مدعی العموم (دادستان) و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و سازمان غذا و دارو (حسب مورد) باید ورود کنند یا در صورتی که از اسم و عنوان یک شرکت یا برند سوء استفاده شده خود آن شرکت و متضرر باید طرح دعوی و پیگیری نماید، ارشاد صرفاً به تخلف واحدی که از آن مجوز گرفته در حد تخلف رسیدگی می‌کند و اختلافات و ارتباطات حقوقی بین اشخاص ارتباطی به وزارت مذکور ندارد.

چنانچه بند (۱۶) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف ارشاد اصلاح شود و تأسیس چاپخانه‌ها از وزارت مزبور جدا شود یقیناً ارشاد در حوزه محتوایی و نظارت بر محتوای محصولات چاپی از لحاظ فرهنگی مسئولیت دارد و مسئول تشخیص این که آیا این بسته‌بندی اصل است یا خیر؟ آیا این برگه تبلیغ یا پرورشور و کالای مندرج در آن دارای مجوزات قانونی است یا خیر؟ آیا به حقوق سایرین لطمه می‌زند یا خیر؟ نیست؛ صرفاً اگر محتوای فرهنگی داشته باشد از لحاظ مجاز بودن یا نبودن آن محتوا و پیام فرهنگی آن را رسیدگی می‌کند و تخلفات چاپخانه‌ها در سایر موارد ارتباطی به آن ندارد چرا که مجوز دهنده و نظارت‌کننده بر واحد صنفی جای دیگری است.

حال مشکل دیگری پیدا می‌شود، اگر ارشاد مجوز نمی‌دهد، پس نظارت بر واحد ندارد و صرفاً نظارت بر محتوای محصولات چاپ شده را دارد، اگر چاپخانه‌ای تخلف کرد و محتوای غیرمجاز چاپ کرد چگونه می‌توان با آن برخورد نمود؟ دستگاه قضایی فقط در شرایطی که مجازات برای عملی پیش‌بینی شود به تخلفات رسیدگی می‌کند، اگر تخلف مشمول عناوین مجرمانه نباشد یا ضمانت اجرای مناسب در قانون نداشته باشد باید چه کرد؟ آیا صنف و صنعت می‌توانند با توجه به اعلام تخلف از سوی ارشاد با واحد متخلف برخورد کنند؟ آیا می‌توان از ظرفیت سازمان تعزیرات حکومتی بهره گرفت؟

به نظر می‌رسد آن‌جا که با حقوق مصرف‌کنندگان در ارتباط است، چاپخانه‌ها به عنوان واحدی که تبلیغات را به وجود می‌آورند و تولیدکننده تبلیغ هستند (نه سفارش‌دهنده) مشمول قانون مذکور

هستند و با معرفی سازمان‌ها و واحدهای مندرج در قانون مذکور ارشاد با آن‌ها برخورد می‌کند. اما وقتی تأسیس از آن گرفته شود امکان برخورد وجود ندارد و باید در این گونه موارد وزارت صنعت و اصناف ملزم به برخورد شوند و ساز و کار قانونی لازم به این برخورد هم فراهم گردد؛ در سایر موارد خاصه در بحث نظارت محتوایی هم باید با اعلام تخلف محتوایی از سوی ارشاد، صنف و وزارت صنعت و همچنین سایر مراجع ذی‌ربط با واحد متخلف ملزم برخورد قانونی گردند مانند آنچه که امروزه در بحث مد و لباس در حال انجام است.

سؤال: آیا قوانین و مقررات موجود ظرفیت نظارت بر محتوای محصولات چاپی را فراهم می‌کند به نحوی که نیاز به تصویب قانون و مقررات جدیدی نباشد.

به اعتقاد برخی کارشناسان؛ قوانین موجود ظرفیت لازم برای رصد و نظارت بر محتوای فرهنگی محصولات چاپی را دارند. برای مثال برخی از این قوانین عبارتند از:

قانون مجازات اسلامی که در فصل هجدهم آن چنین نوشته شده است:

ماده ۶۴۰ دارای نکات بسیار مهمی برای موضوع نظارت بر محتوای محصولات چاپی است. طبق این ماده «اشخاص ذیل به حبس از سه ماه تا یک سال و جزای نقدی از یک میلیون و پانصد هزار ریال تا شش میلیون ریال و تا ۷۴ ضربه شلاق یا به یک یا دو مجازات مذکور خواهند شد:

۱- هرکس نوشته یا طرح، گراور، نقاشی، تصاویر، مطبوعات، اعلانات، علایم، فیلم، نوار سینما و یا به‌طور کلی هرچیز کلی که عفت و اخلاق عمومی را جریحه‌دار نماید برای تجارت یا توزیع به نمایش و معرض انظار عمومی گذارد یا بسازد یا برای تجارت و توزیع نگاه دارد.»

به نظر می‌رسد حتی اگر هیچ قانونی نباشد فقط با استناد به همین قانون می‌توان جلوی تخلفات محتوایی و فرهنگی در حوزه چاپ را گرفت و با تشکیل پرونده چاپخانه خاطر را به دادگاه کشاند.

همچنین درآیین‌نامه اجرایی ماده «۷» قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان آمده است:

ماده ۲- موارد زیر تبلیغ خلاف واقع و اطلاعات نادرست محسوب می‌شود:

الف- استفاده از مطالب گمراه‌کننده و ادعاهای غیرقابل اثبات و کذب.

ب- ارتکاب فعل یا ترك فعل که سبب مشتبه شدن یا فریب مخاطب از نظر کمیت یا کیفیت شود.

ج- تبلیغ فراتر از واقعیت کالا یا خدمات مورد نظر.

د- استفاده از صفات مطلق و اغراق‌آمیز نظیر کاملاً بهداشتی و صددرصد تضمینی.

ه- عدم ارائه اطلاعات دقیق، صحیح و روشن کالاها و خدمات.

و- بی‌ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دادن خدمات و کالاهای دیگران.

- ز- استناد به تأییدیه‌هایی که تاریخ اعتبار آن‌ها منقضی و یا به هر دلیل معتبر نیستند.
- ح- تقلید از ساختار، متن، شعار، تصاویر، آهنگ و شباهت‌های تبلیغاتی تجاری دیگر محصولات که مصرف‌کننده را فریب دهد و منجر به گمراهی وی شود.
- ط- استفاده از اسامی، عناوین و نشان افراد و مؤسساتی که دارای شهرت هستند به نحوی که مصرف‌کننده را فریب دهد.
- ی- استناد به تقدیرنامه، جایزه و گواهی صادر شده از مراکز رسمی مورد تأیید مراجع ذیصلاح، فراتر از متن آن‌ها.
- ک- هرگونه اعلان یا ارائه اطلاعات نادرست در برگه‌های تعهد یا تضمین کالا و خدمات.
- ل- تبلیغ کالاها و خدماتی که از سوی دستگاه‌های ذی‌ربط حسب اختیارات و وظایف قانونی آن‌ها غیرمجاز اعلام می‌شوند.
- م- تبلیغ کالاها یا خدمات فاقد مجوزی که براساس قوانین و مقررات، تولید و عرضه آن‌ها منوط به اخذ مجوز از مراجع قانونی ذی‌ربط می‌باشد.
- ن- استناد به منابع و مراجع خارجی در تبلیغ محصولات داخلی بدون تأیید مراجع ذیصلاح.
- س- استفاده از صفات تفضیلی و عالی به صورت صریح و یا به کارگیری هر شیوه دیگری در نگارش یا قرائت متن به منظور القای مفهوم برتر یا برترین بودن کالا و خدمات بدون تأیید مراجع ذیصلاح.
- ع- عدم تصریح هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغ به نفع اوست به استثنای آن بخش از تبلیغ که منتهی به تبلیغ اصلی می‌شود و صرفاً برای جلب توجه مخاطبان انتشار می‌یابد. (تبلیغ انتظاری)
- ف- استفاده ابزاری از زنان، مردان و کودکان که نقش اصلی را در معرفی کالا و خدمات ایفا می‌نماید.
- در آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه آمده است:
- ماده ۳- طرح و نقشی که آشکار و غیرآشکار دارای نکات و پیام‌هایی نظیر موارد زیر باشد ممنوع است:
- الف - اهانت به ادیان رسمی کشور و کتب آسمانی و مقدسات مذهبی. ب- تبلیغ هرگونه مرام، مسلک و فرقه‌ایی که به موجب قوانین کشور غیرقانونی می‌باشد و یا به صورت جریان‌های فکری منحرف مطرح باشد.

- ج - تصاویر، کلمات و موضوعات مغایر با فرهنگ عمومی جامعه اسلامی ایران.
- د - نقوش و تصاویر مغایر با اصول فرهنگ عمومی و بومی یا فرهنگ اسلامی - ایرانی.

گفتار سوم: نتیجه گیری و پیشنهادات

باتوجه به ضرورت واگذاری امور اقتصادی، صنعتی و فنی حوزه چاپ به وزارت صنعت، معدن و تجارت و با در نظر گرفتن گام‌های برداشته شده در این مسیر و گام‌های باقی مانده؛ ضروری بود تا موضوع چگونگی نظارت محتوایی بر محصولات چاپی که از وظایف ذاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است مورد بازبینی قرار گیرد. براین اساس هدف اصلی این تحقیق بررسی وضعیت موجود نظارت محتوایی بر حوزه چاپ و تهیه مقدمات لازم برای اصلاح آیین نامه و مقررات موجود در حوزه نظارت محتوایی بر محصولات چاپی بود. به این منظور با مهم‌ترین گروه‌ها و افراد صاحب‌نظر و ذی‌نفع ارتباط برقرار شد. از کارشناسان ادارات کل فرهنگ در استان‌های مهم و درگیر در حوزه چاپ نظرخواهی شد و در ادامه با استان‌های مذکور به‌طور کتبی نامه‌نگاری شد. همچنین با رؤسا و اعضای اتحادیه‌های چاپ در استان‌های فعال در حوزه چاپ ارتباط برقرار شد تا تمام نظارت آن‌ها در مورد موضوع تحقیق اخذ شود. در پایان با برخی مدیران و کارشناسان باتجربه حوزه چاپ به‌طور حضوری مصاحبه و از کارشناسان حوزه حقوقی و فرهنگی هم استعلام نظر شد. بخش دیگری از کار؛ بررسی اسنادی و مدارکی از جمله تمامی قوانین و مقرراتی بود که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به بحث نظارت محتوایی حوزه چاپ ارتباط داشت.

در نهایت جمع‌بندی وضع موجود صنعت چاپ نشان می‌دهد: اکثر فعالان حوزه چاپ با واگذاری بخش صنعتی و تکنولوژیکی این حوزه به وزارت صنعت، معدن و تجارت موافق هستند و از این که این خواسته قدیمی بالاخره در حال عملیاتی شدن است اعلام رضایت دارند.

در تحقیق قبلی (آسیب شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران) که در سال ۱۳۹۴ انجام شد برخی کارشناسان اداری معتقد بودن با واگذاری اختیارات به وزارت صنعت امکان نظارت بر این حوزه نیست و این حوزه به حال خود رها می‌شود. در این مرحله مشخص شد که اساساً عملکرد ادارات کل در حوزه نظارت بر محتوای پیام‌های چاپی بسیار ساده و محدود بوده است. دانش و علاقه اکثر کارشناسان استانی به موضوع نظارت بر محتوای فرهنگی پیام‌های چاپی بسیار کم است. حتی در ستاد وزارتخانه هم آمار و طبقه‌بندی مشخصی از تعداد پرونده‌های مربوط به تخلفات فرهنگی موجود نبود.

به طور خلاصه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد:

- نظارت در مرحله پیش از چاپ و یا بازدید حضوری از چاپخانه‌ها به چند دلیل غیرممکن و غیرضروری است: اول این که؛ در گذشته حجم محصولات چاپی و تعداد چاپخانه‌ها کم بود؛ اما امروزه برای چنین نظارتی امکانات و انرژی بسیار زیاد اداری نیاز است. دوم این که؛ تغییرات تکنولوژیکی گسترده امکان نظارت بر مرحله پیش از چاپ و یا چاپخانه را از بین برده است. امروزه در یک دفتر فنی و حتی با یک لپ تاپ و گوشی همراه می‌توان بخش عمده‌ای از کار چاپی را انجام داد. سوم این که؛ باتوجه به درصد بسیار کم تخلفات انجام شده چنین نظارتی ضرورت هم ندارد.

بنابراین نظارت در حوزه محصولات چاپی نظارتی پس از مرحله چاپ (مانند نظارت در حوزه مطبوعات) است. براین اساس هر فرد حقیقی و حقوقی می‌تواند در صورت مشاهده تخلفات احتمالی آن را مستقیماً پی‌گیری و یا به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (کمیسیون مربوطه) گزارش کرده و خواهان پی‌گیری موضوع شود. در این زمینه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف به انجام اقدامات زیر است:

۱. دستور العمل لازم را برای رعایت قوانین در تولید، صادرات و یا واردات محصولات چاپی فراهم کند.

۲. آموزش‌های لازم را با مشارکت صنف برای فعالان حوزه تدارک ببیند تا احتمال وقوع تخلفات چاپی کم شود.

۳. در صورت استعلام واحدهای چاپی یا صنف در مواردی که شائبه تخلف در سفارشات چاپی وجود دارد؛ در اسرع وقت پاسخ روشن داده شود.

۴. پس از تشکیل پرونده تخلفات احتمالی موضوع در کمیسیون مربوطه بررسی و نسبت به صدور حکم یا ارائه نظر و ارسال پرونده به مراجع قضایی ذی صلاح اقدام شود.

- مصاحبه با فعالان حوزه چاپ نشان می‌دهد که اکثر چاپخانه‌داران علاقه چندانی به ورود به موضوع نظارت بر محتوای پیام محصولات و خدمات چاپی ندارد. آن‌ها بیشتر تاکید می‌کنند که این قوانین نظارتی نباید سخت‌گیرانه و زیاد باشند زیرا از یک طرف مخل کسب و کارشان می‌شود و همچنین امکان رقابت با خارجی‌ها را تضعیف می‌کند و از طرف دیگر انگیزه تخلف و قاچاق را بالا می‌برد. بنابراین اگر می‌خواهیم چاپخانه‌ها از قوانین تخلف نکنند و آن را دور نزنند این قوانین باید تا جای ممکن می‌رود محدود، شفاف و غیرسلیقه‌ای باشند.

- از آن‌جا که سیاست‌های کلان کشور براساس واگذاری امور غیرحاکمیتی به بخش غیردولتی است و نتایج تحقیق نشان می‌دهد کارشناسان حوزه چاپ در ادارات کل به هیچ وجه به موضوع نظارت بر محتوای محصولات چاپی علاقمند نیستند؛ بنابراین باید تا جای ممکن واگذاری امور غیرحاکمیتی در این حوزه هم انجام شود. در این راستا صنف می‌تواند در حوزه ابلاغ دستورالعمل‌های مدنظر وزارت فرهنگ و ارثاء آموزش‌های لازم به اعضا، همکاری و مشارکت داشته باشد.

- کارشناسان معتقد بودند که به‌اندازه کافی قانون برای نظارت بر محتوای فرهنگی پیام‌های چاپی وجود دارد و نیازی به تصویب مواد جدیدی نیست. به همین دلیل هیچ پیشنهادی برای تصویب بندهای جدید برای نظارت بر بار فرهنگی و ارزشی محتوایی حوزه چاپ واصل یا مشاهده نشد. برعکس برخی از کارشناسان از تعدد قوانین نظارتی ناراضی بودند. چاپخانه‌داران هم از قوانینی که در حوزه رعایت اسامی و اندازه قلم نوشتار فارسی بود گلایه داشتند و آن‌ها را مانعی برای کسب و کار و همچنین رقابت با محصولات چاپی کشورهای همسایه می‌دانستند. به‌طور خلاصه مشکل در نبود قوانین نیست مشکل بر عدم اجرا و یا اجرای سلیقه‌ای قوانین است.

- تا جای ممکن باید به چاپخانه‌داران اعتماد کرد و تنها در موارد بسیار ضروری که احتمال تخلف گسترده یا تخلف بسیار حیاتی می‌رود به تدوین قوانین و مقررات پرداخت. تجربه نشان داده است. دستورالعمل‌هایی که جلوی کار اقتصادی را می‌گیرد؛ یا با ابزارهایی مانند رشوه و قاچاق دور زده می‌شود؛ یا اگر خیلی سفت و سخت اجرا شود به اقتصاد کشور، به اشتغال، به تولید، به سرمایه‌گذاری ضرر می‌زند.

- با توجه به این که در این تحقیق با به‌کارگیری روش مصاحبه عمیق، نظر چاپخانه‌داران و کارشناسان ادارات کل دریافت شده است؛ در صورتی که تغییر قوانین یا ارائه آیین‌نامه‌ای جدید در حوزه نظارت محتوایی بر محصولات چاپی در دستور کار باشد؛ نیازی به حضور فیزیکی این افراد نیست زیرا ایده و نظر آن‌ها اخذ و جمع‌بندی شده است.

محورهای تدوین آیین‌نامه احتمالی

در آیین‌نامه پیشنهادی باید راهبردهای زیر مدنظر باشد تا از یک طرف، به بهترین شکل وظیفه نظارتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تحقق یابد و از طرف دیگر؛ صنعت چاپ و چاپخانه‌داران فعال در این حوزه تضعیف نشوند:

- نظارت بر محتوای محصولات چاپی باید براساس راهبرد «نظارت پس از چاپ» باشد و

وزارت فرهنگ در مرحله پیش از چاپ به ذکر تدوین، ابلاغ و آموزش دستورالعملی در حوزه مذکور بسنده نماید.

- واحد سفارش گیرنده و تولید کننده خدمات و محصولات چاپی (چاپخانه) موظف است آدرس و مشخصات کامل سفارش دهنده و مدارک احراز هویت رسمی او و همچنین مدرک برابر با اصل تمامی نشان‌ها، مجوزها و استانداردها ادعا شده در متن چاپی را گرفته و نگهداری کند. بدیهی است در صورت کشف هرگونه تقلب، جعل یا فریبی؛ چاپخانه موظف است مدارک را در اختیار دستگاه ذیصلاح قرار دهد و هیچ گونه مسئولیت دیگری ندارد.

- لایحه یا قوانین و مقررات پیشنهادی در حوزه تبلیغات به‌طور اعم و همچنین نظارت بر کالا و خدمات چاپی به‌طور اخص؛ باید رونق کسب و کار، شرایط بازارهای بین‌المللی و الزامات تجارت جهانی را در نظر بگیرد. به سخن دیگر، تدوین قوانین غیرضروری و سخت‌گیرانه موجب اختلال و کندی در معاملات بازرگانی خواهد شد. در چنین وضعیتی شرکت‌ها نمی‌توانند در فضای رقابتی به سرمایه‌گذاری، تولید و تبلیغ کالا و خدمات خود بپردازند و در نهایت سرمایه‌گذاری، رشد اقتصادی و اشتغال با موانع جدی روبرو خواهد شد.

- متغییر بسیار مهم «زمان» باید در تدوین آیین‌نامه احتمالی در نظر گرفته شود و موضوعاتی که نیاز به نظارت و تعیین تکلیف فوری دارد به صورت ویژه دیده شود. به همین دلیل در مورد صادرات و واردات محصولات چاپی به دلیل تعهداتی که صادرکننده و یا واردکننده به طرف‌های معامله خود می‌دهد و همچنین به دلیل هزینه بالای انبارداری و خواب اجناس در گمرک باید با کمترین بوروکراسی و در کوتاه‌ترین زمان ممکن تعیین تکلیف شود. این که جنس واردکننده‌ای به بهانه استعلام از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا هر دستگاه دیگری یک ماه در گمرک باقی بماند کار درستی نیست.

- در خصوص محصولات چاپی وارداتی و صادراتی نکات اساسی زیر باید مد نظر قرار گیرد:

۱. تعیین و اعمال قوانین نظارتی سخت‌گیرانه بر تمایل شرکت‌های خارجی به سرمایه‌گذاری در داخل کشور تاثیر منفی دارد و باعث می‌شود آن‌ها به سرمایه‌گذاری و تولید در کشورهایی که قوانین و محدودیت‌های کمتری دارند تمایل شوند. به‌طور خلاصه از آن‌جا شرکت‌های خارجی؛ بازاریابی و فروش را در سطح جهانی مد نظر دارند اعمال محدودیت‌های غیرضروری و سخت‌گیرانه به زیان اقتصاد، تولید و اشتغال کشور است.

۲. اعمال قوانین سخت‌گیرانه در واردات و صادرات محصولات چاپی و افزایش بوروکراسی

برای صدور مجوزهای لازم، منجر به افزایش احتمال قاچاق و ورود و خروج آن محصولات از مبادی غیرقانونی می‌شود.

۳. کشورهای واردکننده کالاهای ایرانی احتمالاً قوانین و مقررات خود را دارند و اضافه کردن قوانین و مقررات داخلی برای صدور کالا باعث مضاعف شدن کار صادرکنندگان می‌شود. البته این به معنای عدم نظارت بر محتوای پیام چاپی کالاهای صادراتی نیست؛ بلکه به این معناست که این نظارت باید در مواقع بسیار ضروری و به‌طور محدود باشد.

۴. قوانین و مقررات نباید به گونه‌ای باشد که قدرت رقابت محصولات داخل را با مشابه‌های خارجی کم کند. برای مثال اگر از شرکتی که رنگ مو صادر می‌کند انتظار داشته باشیم بدون چاپ تصویر مو کالای خود را صادر کند، آن تولیدکننده را در برابر تولیدکنندگان خارجی در شرایط نابرابر رقابت قرار داده‌ایم.

- طبق اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی نظام واگذاری امور غیرحاکمیتی و مشارکت دادن فعال هر حوزه در اداره امور آن حوزه امری ضروری است. در همین راستا مشخص شد چاپخانه‌داران و حتی اعضای هیأت مدیره اصناف فقط با واگذاری محدود و حساب شده برخی امور به صنف موافق هستند. یکی از این موارد محدود؛ مشارکت صنف در امر آموزش مباحث نظارتی در حوزه فرهنگ است. همچنین به نظر می‌رسد با توجه به این که صنف بهتر از هر کسی می‌داند چه کسانی ممکن است سفارش‌های جعلی و تقلبی را قبول کنند؛ می‌توان اجازه بازدید از واحدهای چاپی تنها در زمانی که احتمال جعل و تقلب می‌رود را به صنف داد.

- پیام‌های چاپی که سابقاً فقط در چاپخانه‌ها چاپ می‌شدند امروزه در فضای مجازی به راحتی و به سرعت طراحی و منتشر می‌شوند. به همین دلیل باید در نظر داشت که هرگونه قانون و دستورالعملی که برای چاپ فیزیکی در نظر گرفته می‌شود باید در مورد چاپ در فضای مجازی هم کاربرد داشته باشد و مهم‌تر این که رویکردی آینده‌نگرانه داشته باشند.

- در مورد تخلفاتی که موضوع آن‌ها تقلب و جعل است به دلیل این که موضوع به قوانین دیگر مانند قانون تعزیرات و یا قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ربط پیدا می‌کند و جرم اصلی جعل و تقلب است و رعایت و یا عدم رعایت قوانین و مقررات فرهنگی یا منفی است یا در مرتبه دوم اهمیت است؛ بنابراین اولویت رسیدگی به موضوع جعل و تقلب در صلاحیت حوزه تخصصی وزارت فرهنگ نیست. در این زمینه بهتر است وزارت صنعت و سازمان تعزیرات حکومتی در این موارد وارد شوند.

- پیشنهاد می‌شود در تدوین هرگونه آیین‌نامه یا دستورالعملی در حوزه نظارت محتوایی بر محصولات چاپ؛ قوانین و مقررات زیر مد نظر باشند:

۱. آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته (مصوب هیأت دولت (۱۳۷۱) تذکر: بدیهی است ماده ۱۲ و ۱۳ باید با مشورت معاونت فرهنگی و ماده ۱۵ با مشورت معاونت مطبوعاتی و مواد ۲۳ تا ۲۵ با مشورت و بازبینی معاونت حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تنظیم شوند.

۲. دستورالعمل بررسی تخلفات حوزه چاپ.

۳. لایحه تبلیغات بازرگانی که هم‌اکنون در کمیسیون فرهنگی هیئت دولت است.

پیشنهادات

راهکار یکم: تدوین آیین‌نامه جدید «تأسیس و نظارت بر کار واحدهای چاپی» با همکاری و امضای دو وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

نکات مثبت:

- بالا بودن قدرت نظارتی وزارت فرهنگ و افزایش امکان مراقبت از ارزش‌ها و دغدغه‌های فرهنگی

- عدم نیاز به تغییر تبصره ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف وزارت فرهنگ (در آن تبصره وزارت فرهنگ اختیار تأسیس و نظارت بر کار کانون‌های تبلیغاتی و چاپخانه‌ها را دارد. این موضوع منافاتی با این که تأسیس دو امضاء باشد ندارد. به سخن دیگر ارشاد از منظر نظارت فرهنگی مجوز تأسیس می‌دهد و وزارت صنعت از باب موضوعات تکنولوژیکی، صنعتی و اقتصادی.)

نکات منفی:

- روال نبودن تدوین آیین‌نامه با دو امضاء

- افزایش بوروکراسی‌های اداری

- تضعیف محیط کسب و کار

- افزایش موازی‌کاری بین دو دستگاه

راهکار دوم: تدوین آیین‌نامه جدید «تأسیس واحدهای چاپی» توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و تدوین آیین‌نامه جدید «نظارت محتوایی بر محتوای فرهنگی محصولات و خدمات چاپی» توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

تذکر: در آیین‌نامه تأسیس واحدهای چاپی می‌توان ذکر کرد؛ یکی از شرایط بهره‌برداری از واحد چاپی، ارائه پاسخ مثبت استعمال از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و حسب درخواست وزارت فرهنگ، استعمال مثبت قابل ابطال است و واحد اجازه بهره‌برداری را ندارد.

نکات مثبت:

- تقویت محیط کسب و کار
- کاهش نیاز به نیروی انسانی و امکانات اداری در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

نکات منفی:

- لزوم اصلاح بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی راهکار سوم: تدوین آیین‌نامه جدید «تأسیس واحدهای چاپی» توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام شود و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با بازبینی «لایحه تبلیغات بازرگانی» (که هم اکنون در کمیسیون فرهنگی هیأت دولت است) موارد لازم برای نظارت بر محتوای فرهنگی کالاها و خدمات چاپی و ضمانت اجرای آن را در این لایحه اضافه کند.

تذکر: در ماده‌ای که به نظارت محتوایی باز می‌گردد تصریح شده و تاکید شود که چاپخانه‌ها و اصناف مربوطه موظف به رعایت قوانین و دستورالعمل‌های ابلاغی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند و وزارت صنعت، معدن و تجارت موظف به اعمال احکام صادر شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

نکات مثبت:

- عدم نیاز به ارائه آیین‌نامه جدید و سرعت بخشیدن به کار
- استفاده از ظرفیت قوانین و مقررات موجود

نکات منفی:

- لزوم ایجاد تغییرات اساسی در لایحه تبلیغات بازرگانی
- تا زمان اصلاح بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و واگذاری کامل بحث تأسیس چاپخانه‌ها به وزارت صنعت؛ به لحاظ قانونی امکان ارائه چنین لایحه‌ای نیست.

راهکار چهارم: استفاده از ظرفیت قوانین عمومی موجود مانند قانون تعزیرات و قانون عدم به‌کارگیری اسامی و اصطلاحات بیگانه و واگذاری صدور هر نوع حکمی به مراجع قضایی ذی‌صلاح.

نکات مثبت:

- تقویت محیط کسب و کار
- کاهش نیاز به نیروی انسانی و امکانات اداری در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

نکات منفی:

- کاهش قدرت نظارتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- افزایش پرونده‌ها در مراجع قضایی

پیشنهاد نهایی

هرچند پیشنهاد محقق این است که راهکار سوم در دستور کار قرار گیرد؛ اما بهتر است کمیته کارشناسی در دفتر امور چاپ تشکیل شود و این کمیته با محور قرار دادن یافته‌های این تحقیق، راهکار نهایی (از بین چهار راهکار پیشنهادی) را انتخاب و آن را برای به استحضار مقام عالی وزارت برساند تا پس از تایید اقدامات بعدی انجام شود.

این کمیته به ریاست دفتر امور چاپ تشکیل می‌شود و می‌توان از کارشناسان زیر به عنوان اعضاء دعوت به عمل آورد.

- مدیرکل سابق دفتر امور چاپ و مشاور وزیر
 - مدیرکل سابق دفتر امور چاپ
 - میرکل دفتر امور تبلیغاتی
 - معاون دفتر حقوقی
 - معاون دفتر امور چاپ
 - کارشناس حقوقی معاونت امور مطبوعاتی
 - معاون حقوقی وزارت صنعت، معدن و تجارت
 - معاون دفتر صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت
 - معاون دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی
- تذکر: در این مدتی که کمیته کارشناسی مشغول کار است باید موضوعاتی مانند اصلاح ماده ۱۶ بند ۲ قانون اهداف و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ اصلاح مواد ۱۶ و ۱۷ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها؛ لایحه تبلیغات بازرگانی که در کمیسیون فرهنگی دولت است و حتی لایحه نظام جامع رسانه توسط معاونت حقوقی رصد و تعیین تکلیف شود.

فصل دوم: فرهنگ نام باوری

مقدمه

نبرد و کشمکش پیرامون نام‌ها یکی از پدیده‌های اجتماعی است که به ویژه در سال‌های اخیر بسیار مسئله ساز بوده است. این مسئله در حوزه جامعه به‌طور کلی و در حوزه فرهنگ به‌طور خاص به راحتی قابل مشاهده است. از انتخاب نام افراد تا شرکت‌ها و تولیدات آن‌ها و حتی نام خیابان‌ها و اماکن عمومی؛ یکی از دغدغه‌های مسئولان و قانون‌گذاران کشور بوده است. در همین راستا نمایندگان مجلس شورای اسلامی بارها وزرای فرهنگ و ارشاد اسلامی را در مورد موضوع اسامی و اصطلاحات بیگانه، خطاب قرار داده و به سه وزیر از سه گرایش سیاسی مختلف (آقایان حسینی، جنتی و صالحی) کارت زرد داده‌اند. آقای علی مطهری در جلسه مورخ ۹۷/۲/۲۶ و در هنگام پرسش کردن از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی آقای صالحی می‌گوید: «بنده این سؤال را در دوره‌های هشتم و نهم هم از وزرای قبلی پرسیده‌ام، اما متأسفانه نه تنها در اجرای قانون پیشرفتی وجود نداشته، بلکه پس رفت هم داشته‌ایم. متأسفانه رواج کلمات بیگانه در اماکن عمومی و سردر فروشگاه‌ها و اسامی شرکت‌ها و غیره بیشتر از گذشته شده و نظارت بر آن نیز کم شده است. با نگاهی به سردر فروشگاه‌ها در تهران می‌بینیم اسامی انگلیسی یا اسامی فارسی که با حروف انگلیسی نوشته شده‌اند بسیار هستند و کلمات فارسی به صورت ریز در گوشه آورده شده، گویا از نوشتن کلمات فارسی خجالت می‌کشند و در بعضی غذاخوری‌ها فهرست غذا و قیمت کلاً انگلیسی است.»

مسئله اصلی این فصل نشان دادن این نکته است که چرا در زبان فارسی کلمات دارای قدرت

جادویی هستند و بر سر چگونگی استفاده از آن‌ها نبرد دائمی برقرار است؟ این قدرت که استعمال این کلمات را تجویز و یا برزبان راندن آن‌ها را منع می‌کند زندگی اجتماعی چگونه بازتاب داشته است؟ سازوکارهایی که گروه‌های مختلف سیاسی، قومی و اجتماعی برای پیروزی در این نبرد انتخاب می‌کنند کدامند؟ این ویژگی فرهنگی به‌طور مشخص چگونه در قانون ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین‌نامه اجرایی آن بازتاب یافته و چه پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت؟ این موضوع با طرح ایده «نام‌باوری» (Namism) تجزیه و تحلیل خواهد شد. منظور از نام‌باوری نوعی ساختار فکری است که تقدس و قدرت جادویی برای نام‌ها (اسم‌ها) قایل است. این جایگاه اسوره‌ای برای نام‌ها باعث می‌شود الگوهای خاص زبانی در جوامع نام‌باور رواج پیدا کند. الگوهایی که بر طرح و حل مسائل در همه حوزه‌های جامعه مانند سیاست و اقتصاد هم‌تاثیرگذار است.

از منظری دیگر، نام‌باوری به‌طور خاص با حوزه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ویژه حوزه چاپ و نشر، مطبوعات، فعالیت‌های تبلیغاتی و همچنین مباحث مربوط در شورای فرهنگ عمومی که در بحث نام‌گذاری اماکن، خیابان‌ها و روزهای سال بازتاب می‌یابد، ارتباط پیدا می‌کند. هدف اصلی این فصل آن است که ابعاد ویژگی‌ها و پیامدهای پدیده‌ای به نام «نام‌باوری» را روشن کند؛ تا از این مسیر توجه به موضوع بسیار مهمی که در زندگی روزمره ما در جریان است؛ بیشتر شود. از طرف دیگر آسیب‌شناسی قانون ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه هدف فرعی و کاربردی این تحقیق محسوب می‌شود. لازم به ذکر است مباحث نظری ارائه شده در گفتار اول و دوم این فصل در کتابی با عنوان «نام‌باوری» در سال ۱۳۹۷ و توسط نگارنده چاپ شده است.

گفتار اول: نام‌باوری در جامعه

نام‌باوری در زبان

در مراحل ابتدایی تکامل زبانی جوامع؛ هرچند نامیدن به معنای شناخت نامیده شده بوده اما این شناخت شناختی عقلانی و تجربی نبوده است. در یونان باستان متفکران بین دو مفهوم «دانستن» و «معتقد بودن» تفاوت قایل بودند؛ «در زبان عادی و روزمره اعتقادات دینی و خصوصاً اعتقاد به وجود خدایان با کلمه *nomizein* بیان می‌شد که هیچ وجه مشترکی با شناخت علمی ندارد.» (گمپرتس، ۱۳۷۵: ۴۶۶) حتی در زبان انگلیسی کلمه *Autonomy* وجود دارد که به «خودبنیادی» و «خودمختاری» ترجمه شده است و البته ترجمه تحت الفظی آن «خودنامی» است؛ یعنی فرد خودش قدرت نامیدن داشته باشد. این قدرت و استقلال نامیدن در عصر روشنگری بر پایه خرد انجام می‌شود. ایمانول کانت در مقاله معروفش «روشنگری چیست؟»؛ مهم‌ترین ویژگی این دوران را همین «خودبنیادی» می‌داند که نشان دهنده استقلال و بلوغ انسان و خروج او از دوران صغارت است.

در زبان یونانی «لوگوس» به معنای اسم است که معادل‌هایی مانند؛ عقل (*reason*)؛ گفتار (*speech*)؛ کلمه (*word*) و اصل (*principle*) پیدا کرده است. هرچند در زبان انگلیسی برای لوگوس معادل «عقل» و در زبان عربی معادل «کلمه» بیشتر استفاده شده است. هراکلیتوس، لوگوس را به معنای اصل عقلانی حاکم بر جهان به کار می‌برد و رواقیون لوگوس را به معنای نظم عقلانی جهان که از بالا و در همه اشیاء وجود دارد می‌پنداشتند. کاسیرر معتقد است: تبدیل لوگوس یونانی (خرد) به لوگوس مسیحی (کلمه) مسخ و دگرگونی عظیمی بود که به وسیله اندیشه مسیحی صورت گرفت. در اندیشه آگوستین قدیس منبع شناخت نه عقل که کلام وحی است و تنها از راه شناخت خدا است که سایر شناخت‌ها حاصل می‌شود. به همین دلیل آگوستین قدیس در اثر معروف خود به نام «شهر خدا» می‌نویسد: فرهیختگان باید از مکتب افلاطون چشم‌پوشند و مرید مسیح شوند، مسیحی که با روح خود به ماهیگیری آموخت که بیندیشد و بگوید: «در آغاز کلمه بود و کلمه با خدا بود و کلمه خدا بود.» (کاسیرر، ۱۳۷۷: ۱۵۷ و ۱۵۸)

از طرف دیگر می‌دانیم رابطه دال و مدلول رابطه‌ای قراردادی است. این گفته به ویژه در مهم‌ترین نظام نمادین یعنی «زبان» بیش از هر نظام نمادین دیگری دیده می‌شود. هیچ ارتباط ذاتی بین کلمه (دال) «درخت» و مصادیق آن در جهان خارج و حتی تصور معنایی آن (مدلول) در ذهن افراد وجود ندارد. به همین دلیل افرادی که به زبان دیگری صحبت می‌کنند از واژه درخت

هیچ برداشتی که نزدیک به درخت واقعی یا تصور معنایی آن باشد، ندارند. انگلیسی زبان‌ها طبق قرارداد دیگری برای ایجاد تصور درخت در ذهن مخاطب از کلمه (دال) Tree استفاده می‌کنند. حتی در یک زبان خاص، معنا و مدلول یک دال بستگی به بافت و زمینه اجتماعی و همچنین روابط آن دال با دال‌های دیگر دارد. به همین دلیل معنا و تصویری که یک جنگل‌بان از درخت دارد با معنا و تصویری که صاحب یک کارگاه چوب‌بری از درخت دارد متفاوت است. به سخن دیگر، نشانه (رابطه دال و مدلول) دارای ارزشی مطلق که مستقل از بافت آن باشد نیست و معنای نشانه وابسته به روابطش با دیگر نشانه‌ها و متنی است که در آن قرار دارد.

هرچند رابطه دال و مدلول، رابطه‌ای قراردادی است و نشانه‌ها ارتباط ذاتی با جهان خارج ندارند و در نتیجه قراردادی هستند؛ اما در اکثر فرهنگ‌ها این قراردادی بودن فراموش می‌شود و بین دال و مدلول نوعی رابطه طبیعی و ذاتی برقرار می‌شود. به همین دلیل اگر نام فردی «رستم» باشد، انتظار می‌رود که دارای هیكل و زور بازوی زیادی باشد. ناتل خانلری در این رابطه می‌گوید: «اعتقاد به قدرت لفظ از آن جانشی شده که لفظ را که دال است با معنی که مدلول آن است یکی شمرده و میان این دو امر به وحدت قائل شده‌اند. بعضی از قبایل اسکیمو همین که پیر شدند نام خود را عوض می‌کنند و می‌پندارند که نام تازه وجود نو و جان تازه‌ای به ایشان می‌بخشد و با این تدبیر از چنگ مرگ می‌گریزند. در همین کشور ما نیز معمول بوده است که هرگاه کسی به بیماری ممتد دچار می‌شد یا بدبختی‌های متوالی بر سر او می‌آمد نامش را تبدیل می‌کردند، زیرا که آن شومی و تیره بختی را از تاثیر نام او می‌پنداشتند. شاه سلیمان صفوی در آغاز سلطنت خود "شاه صفی" نام داشت و پیوسته بیمار و رنجور بود. منجمان گفتند که این رنجوری از تاثیر نام او است. به این سبب او نام خود را به سلیمان تبدیل کرد و برای آن که قوای شر و ارواح خبیث باور کنند که او کس دیگری است و دست از سرش بردارند یک بار دیگر با نام جدید تاج‌گذاری کرد.» (ناتل خانلری، ۱۳۴۰: ۶۰۴).

زمانی که می‌گوییم: «زبانم لال آگه ایشان مردند» یا می‌گوییم: «گلاب به رویتان، دیروز اسهال شدیدی داشتم»؛ باور به قدرت نام‌ها را تایید می‌کنیم. چنین رویکردی به نام‌ها باعث می‌شود که سایر ساحت‌های حیات اجتماعی از آن تاثیر پذیرند و حتی روش‌اندیشیدن افراد متفاوت شود.

نام‌باوری در اسطوره‌ها

اهمیت اسم و کلام در برخی اسطوره‌ها مورد تاکید قرار گرفته است. «در یکی از اسطوره‌های قبیله سرخپوستان شاین (cheyenne) که در مورد چگونگی آفرینش جهان است آمده است: در آغاز چیزی نبود، ماهئو (maheo)، روح کل، در خلاء می‌زیست. او به پیرامون خود نگرست؛ اما

چیزی نبود که ببیند. او گوش سپرد؛ اما چیزی نبود که بشنود. فقط ماهئو بود، تنها، در محاصرهٔ عدم. به خاطر کبریای قدرت خود، ماهئو تنها نبود. بود او، یک کیهان بود. اما چون از خلال زمان لایتناهی عدم می‌گذشت، به خاطرش خطور کرد که قدرتش را فیضی باید. او از خود پرسید که قدرت را چه سود اگر جهانی و مردمانی در آن نسازد؟ با قدرت خود، ماهئو، آبگیری بزرگ، چون دریاچه‌ای، اما شور، آفرید. ماهئو می‌دانست که این آب شور سرچشمهٔ حیات خواهد شد. اگر ماهئو فرمان می‌داد: شو! تمام آبگیر، خود، حیات می‌شد.» (ماریوت، ۱۳۹۲: ۱۲) در اساطیر زرتشتی آمده است: تشر، خدای باران، هنگامی که در مقابله با دیو قحطی در یک قدمی شکست قرار می‌گیرد از دریای فراخکرت می‌گریزد و از این که مردم به درستی او را ستایش نمی‌کنند شکایت کرده و می‌گوید: «اگر مردم در نماز از من نام برده بستایند، چنان که از ایزدان دیگر نام برده می‌ستایند؛ این چنین من قوت ده اسب، ده گاو، ده کوه و قوت ده آب قابل کشتیرانی خواهم گرفت.» (کریس، ۱۳۸۸: ۱۶) از جمله موجودات افسانه‌ای که در متون زردشتی از آن نام برده شده است، اشوزتشت یا جغد است که با ذکر کلمات مقدس، دیوان شرور را دور می‌سازد. (همان: ۲۳) میترا معروف‌ترین خدای ایرانیان کسی است که از کلام راستین آگاه است. (همان: ۱۲)

ارنست کاسیرر، بیش از هراندیشمند دیگری به موضوع ارتباط زبان و اسطوره پرداخته است. او زبان، اسطوره، هنر و علم را مهم‌ترین صورت‌های نمادین ساخته دست بشر می‌داند که انسان با توسل به آن‌ها جهان را فهم و تجربه می‌کند. هرچند هرکدام از این صورت‌ها منطق و کارکرد خود را دارند اما به گونه‌ای اندام‌وار با یکدیگر تعامل هم دارند. او درباره اهمیت زبان و کلام می‌گوید: «با نخستین کلمه، جهان انسانی آغاز به آفرینش کرد. پیش از این لحظه، انسان هنوز هستی پیدا نکرده بود، بلکه حیوانی بود که طبیعت، او را در تصرف خویش داشت و در دایرهٔ طبیعی می‌جنید و می‌پوید. کلمه بود که او را آفرید. زیرا همین کلمه او را از چیرگی فرمان طبیعت درآورد و نخستین عنصر حیثیت و شخصیت انسانی او را بر ساخت. انسانیت و جهان انسانی از همین لحظه آغاز گشت. بیهوده نیست که در اسطوره‌های آفرینش بسیاری از اقوام بشری، آفرینش با کلمه و سخن آغاز می‌شود.» (کاسیرر، ۱۳۶۷: ۱۵) «دیریش در اثرش تحت عنوان یک سروده دینی میترا می‌گوید: این که نام به‌عنوان نمایندهٔ نامیده کارکرد دارد و به زبان آوردن نام یک شخص برابر است با به‌هستی فراخواندن خود آن شخص و این که نام موجب هراس می‌شود، به‌خاطر آن است که نام از یک قدرت واقعی برخوردار است و دانستن نام از آن روی اهمیت دارد که توانایی به زبان آوردن نام، قدرت نام را در اختیار شخص دانندهٔ نام قرار می‌دهد.

بر پایه این واقعیت‌ها، دیگر روشن است که چرا مسیحیان اولیه می‌گفتند (به نام خدا) و (به نام مسیح) و نمی‌گفتند (به خدا) و (به مسیح)...» (همان: ۱۰۹)

کلمه نه تنها نخستین سرچشمه، بلکه برترین قدرت نیز است. کلمه، غالباً نام خدا و از آن بالاتر، خود خدا است و به نظر می‌رسد که سرچشمه راستین خاصیت او است. دانش نام به آن کسی که دارای این دانش است، حتی بر هستی و خواست خداوند نیز چیرگی می‌بخشد. یک افسانه معروف مصری به ما می‌گوید که ایزیس، ساحره بزرگ، چگونه تردستانه خدای خورشید، راء، را برمی‌انگیزد تا نامش را برای او افشاء کند و چگونه او با به دست آوردن این نام، بر این خدا و خدایان دیگر چیره می‌شود...» (کاسیرر، ۱۳۶۷: ۱۰۲)

«می‌گویند که به نظر اسکیموها، انسان از سه عنصر ساخته می‌شود- بدن، روح و نام. حتی در مصر نیز همانند همین مفهوم را پیدا می‌کنیم، زیرا در اینجا نیز چنین پنداشته می‌شود که جسم باید از یک سو با کا، یا جفت خویش و از سوی دیگر، با نامش به عنوان نوعی جفت روحی همراه باشد و در این میان، تنها نام است که بیشتر از هر چیز دیگر خود و شخصیت فرد را بیان می‌کند.» (همان: ۱۰۵)

«در موارد دیگر، برای دفع خطر از وجود انسان، از روش تغییر نام استفاده می‌شود؛ بدینسان، او با پذیرفتن یک خود دیگر، خودش را غیرقابل تشخیص می‌کند. در میان قوم اوه، رسم بر این است که به کودکان، به ویژه کودکانی که خواهران یا برادران بزرگترشان به مرگی زودرس مرده‌اند، نامی می‌دهند که دلالتی بر آسائنگیز داشته باشد یا به آن‌ها ماهیاتی غیرانسانی اسناد دهد. دلیل این کار آن است که آن‌ها می‌پندارند که مرگ در برابر این نام هرآسائ و گریزان می‌شود و با اغفال شده و به تصور این که آن‌ها انسان نیستند، از گرفتن جان آن‌ها منصرف می‌شود.» (همان: ۱۰۷)

«این برداشت که نام و ذات رابطه‌ای ضروری و درونی با همدیگر دارند و نام نه تنها بر یک موضوع دلالت می‌کند، بلکه در واقع ذات آن موضوع است و قوه یک چیز واقعی در نام آن عجین است، یکی از فرض‌های بنیادی آگاهی اسطوره‌ساز است... اعتقاد به وجود رابطه نزدیک میان نام‌ها و ذات‌ها و این همانی نهفته این دو، در این جا به عنوان یک اصل روش شناختی مطرح شده است.» (همان: ۴۱ و ۴۲) به نظر کاسیرر یکی از تفاوت‌های فرم‌اندیشه عقلانی - منطقی با اندیشه اسطوره‌ای در این است که در اندیشه عقلانی - منطقی، عناصری که در ادراک حسی بی‌واسطه به طور تفکیک نشده و متمایز در کنار یکدیگر قرار دارند به تدریج از یکدیگر منفک و متمایز می‌شوند. بدین معنی که آن چیزهایی را که در ادراک حسی باهم پدیدار می‌گردند به

نظامی بسامان یعنی به سیستمی از علت‌ها و معلول‌ها تبدیل می‌شود. (همان: ۸۴) اما در فرم‌اندیشه اسطوره‌ای چنین نظم علی وجود ندارد و نوعی دریافت شهودی حاکم است. اسطوره در جهانی از تصاویر محض به سر می‌برد که بدان‌ها به منزله اموری عینی و در واقع، عینیت‌هایی محض و بی‌غل و غش می‌نگرد که عناصر آن از هم تفکیک نشده‌اند و بین جهان حقیقت و جهان نمود تمایزی وجود ندارد. (همان: ۸۷) از نظر کاسیرر «هر اسطوره و به‌ویژه هر بینش جادویی از جهان با اعتقاد به خصلت عینی نشانه و نیروی عینی آن اشباع شده است. جادوی سخن (اوراد)، جادوی تصویر و نوشته (طلسمات)، عناصر اساسی فعالیت جادویی و بینش جادویی از جهان‌اند.» (کاسیرر، ۱۳۷۸: ۷۳)

همان‌طور که کاسیرر تأکید دارد؛ «با پیشرفت ذهنیت بشر، این پیوستگی زبان و اسطوره که بسیار ضروری و تنگاتنگ به‌نظر می‌آید، آغاز به گسستگی و فروکاستن می‌کند. زیرا زبان تنها به قلمرو اسطوره تعلق ندارد و از همان آغاز در ذات خود قدرت دیگری را حمل می‌کند که قدرت منطق است.» (کاسیرر، ۱۳۶۷: ۱۶۷) اما در جوامع نام‌باور این تفکیک و جدایی به‌اندازه کافی انجام نمی‌شود و نام‌ها که در فرم‌اندیشه اسطوره‌ای قرار دارند هم‌چنان از قدرت جادویی برخوردار هستند. به نظر می‌رسد برخی از تلاش‌هایی که در فرهنگستان‌های زبان انجام می‌شود از این الگو تاثیر گرفته است. برای مثال اساتیدی که اصرار بر جایگزین کردن واژه «رایانه» به جای کامپیوتر و «چرخ بال» به جای هلی کوپتر دارند شاید ناخواسته می‌خواهند روح سرکش و ذات ناشناخته و شرور این وسایل را با تعویض نامشان به کنترل درآید.

ام‌باوری در مذاهب

«در داستان‌های آفرینش بیشتر دین‌های فرهنگی بزرگ، کلمه به صورتی همبسته با برترین خدای آفرینش می‌آید؛ یا به‌سان ابزاری که خداوند به کار می‌برد و یا در حقیقت به‌عنوان سرچشمه آغازینی که خدا نیز چونان هستی‌های دیگر و از جمله خود سامان هستی از آن سرچشمه می‌گیرد.» (کاسیرر، ۱۳۶۷: ۹۹) «دین‌هایی که تصویر جهانی و داستان آفرینش‌شان را اساساً بر یک تضاد بنیادی، یعنی دوگانگی نیکی و بدی بنیاد می‌نهند، کلمه را به عنوان نیروی آغازینی می‌ستایند که جهان بی‌سامان، تنها به میانجی آن به یک جهان دینی - اخلاقی بدل می‌گردد. در بندهش، کتاب آفرینش و شرح جهان زرتشت، نبرد میان قدرت نیکی و بدی، یعنی میان اهورامزدا و انگره‌مینو، از سوی اهورامزدا و با به‌زبان آوردن واژه‌های مقدس نیایش (اهوناوایریا) آغاز می‌شود: او کلامی را که بیست و یک واژه دارد بر زبان آورد. در پایان، که پیروزی اهورامزدا، ناتوانی

انگرمینیو، سرشکستگی دیوان، رستاخیز و زندگی آینده و پایان دشمنی با آفرینش (خوب) برای همیشه فرا می‌رسد - همه این‌ها را به انگرمینیو فرامود... آن گاه که یک سوم این نیایش خوانده شد، انگرمینیو هراسان بدن خویش را دوتا کرد و در آن هنگام که دوسوم آن بر زبان آورده شد، او به زانو افتاد و در آن زمان که همه نیایش خوانده شد، او در مانده گشت و دیگر برای آزار رساندن به آفریدگان اهورامزدا بی‌توان شد و به همین سان، برای سه هزار سال در مانده ماند. «(همان: ۱۰۱) به همین سان، در هند نیز می‌بینیم که واژه (واک) حتی برفراز قدرت خدایان جای می‌گیرد. همه خدایان، جانوران و انسان‌ها به کلمه وابسته‌اند. همه آفریدگان به واژه زنده‌اند... واژه نابود نشدنی است و نخستین زاده قانون ازلی، مادر وداها و ناف جهان یزدانی است. (همان).

در تورات، انجیل و قرآن تاکید بر قدرت و اهمیت اسم بسیار مشهود است. اهمیت نام در کتاب تورات به گونه‌ای است که می‌توان گفت این کتاب به خصوص «سفر پیدایش» و «سفر خروج»؛ چیزی جز داستان و تاریخ نام و نامیدن نیست و همان‌طور که در این کتب تصریح شده است؛ «در آغاز اسم بود».

برای خداوند تورات اسم و نامیدن بسیار مهم و پر رمز و راز است؛ به همین دلیل زمانی که حضرت موسی از خداوند می‌پرسد که نام تو چیست؟ می‌گوید: «(ایه اشراهیه) یعنی «هستم آن که هستم». البته در مورد همین نام و نام مستعاری مانند «یهوه» هم منع زیادی وجود دارد چنان‌که می‌فرماید: «از نام من که خداوند، خدای تو هست سوء استفاده نکن. اگر نام مرا با بی‌احترامی به زبان بیاوری یا به آن قسم دروغ بخوری، تو را مجازات می‌کنم.» (سفر خروج - ۱۲) همچنین در تورات آمده است: «از آنچه که به شما گفته‌ام اطاعت کنید. نزد خدایان غیر دعا نکنید و حتی اسم آن‌ها را بر زبان نیاورید.» (سفر خروج - ۲۶) کاهنان نباید موی سر یا گوشه‌های ریش خود را بتراشند و یا بدن خود را مجروح کنند. ایشان باید برای من مقدس باشند و به اسم من بی‌احترامی نکنند. (لاویان - ۲۲)

در تورات موارد فراوانی وجود دارد که در آن‌ها تغییر یک «نام» به مثابه سرآغاز دگرگونی عظیم و تغییر کیفی در موضوع و محمول آن نام است. برای مثال در تورات آمده است: «فرشته خداوند به‌هاجر فرمود برگرد و مطیع او باش. من نسل تو را بی‌شمار می‌گردانم. اینک تو حامله هستی و پسری خواهی زایید. نام او را اسماعیل یعنی «خدا می‌شنود» بگذار، چون خداوند آه و ناله تو را شنیده است.» (سفر پیدایش - ۱۳) «ابرام به خاک افتاد و خدا به وی گفت: از این پس نام تو ابرام نخواهد بود، بلکه ابراهیم است؛ زیرا من تو را پدر قوم‌های بسیار می‌سازم.» (سفر پیدایش - ۱۳)

پس موسی به حضور خداوند بازگشت و چنین دعا کرد: «آه‌ای خداوند، این قوم مرتکب گناه بزرگی شده، برای خود بتی از طلا ساختند. تمنا می‌آنم گناه آن‌ها را ببخش وگرنه اسم مرا از دفترت محو کن». خداوند به موسی فرمود: «چرا اسم تو را محو کنم؟ هر که نسبت به من گناه کرده است، اسم او را محو خواهم کرد.» (سفر خروج-۳۷) در این جا «اسم مرا از دفترت محو کن» یعنی؛ «مرا به جای آن‌ها بکش.» این ویژگی هنوز در زبان گفت و گویی فارسی زبان‌ها بسیار بارز است و به همین دلیل یکی از محکم‌ترین قول دادن‌ها این است که گفته شود: «اسم مرا عوض می‌کنم اگر...» به‌طور خلاصه در تورات کلام معانی و کارکردهای متفاوتی مانند واسطه وسیله آفرینش، هدایت و شفابخشی دارد.

در انجیل یوحنا (همانند قرآن) حضرت عیسی، کلام خداوند نامیده شده است؛ در مقدمه انجیل یوحنا آمده است: «در آغاز کلمه بود و کلمه نزد خدا بود و کلمه خدا بود.»

در قرآن کریم نیز به قدرت مرموز اسم و باور به آن بسیار تاکید شده است. سوره‌های قرآن با «بسم» الله الرحمن الرحیم شروع می‌شود در صورتی که می‌توانست با «الله الرحمن الرحیم» شروع شود. اولین درخواست جبرئیل از پیامبر اسلام هم «اقرء» به معنای «بخوان» بوده است و اولین آیه قرآن هم «اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ...» است. در اولین آیه سوره اعلی چنین آمده است: «سَبِّحْ اسْمَ رَبِّكَ الْأَعْلَى» (نام پروردگار بزرگت را ستایش کن.) در تفسیر این آیه چنین گفته شده است: برای نام خدا عظمتی است که برخاسته از بزرگی خود او است، زیرا که راهنمایی به او و یادآوری به ما است و گواه بر شکوه و زیبایی و عظمت و بزرگواری او است و بدان جهت که پروردگار ما در آغاز اسم اعظم خود را آفرید و آن را بر چهار چیز قرار داد که اختصاص به یکی داشت، پس آن را پوشیده نگاه داشت که از آفریدگانش هیچ کس بر آن آگاه نبود و آن سه را در کلمات: الله و تعالی و تبارک قرار داد، تا اولی راهنمای ما به ذاتش باشد و دومی به صفاتش و سوم به افعالش، سپس اشیاء را به اسم او آفرید و آنچه در آفریده‌ها از آثار عظمت او می‌بینیم، چیزی جز تجلیهایی از نام‌های او نیست... بدین گونه به ما فرمان داد تا او را به نام‌هایش بخوانیم: «وَاللَّهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى فَادْعُوهُ بِهَا» و خدا را نام‌های نیکویی است، پس او را به آن‌ها بخوانید... در دعای جوشن کبیر حدود هزار اسم و صفت از نام‌ها و صفات خدا به کار رفته است. (مدرسی، ۱۳۷۷) در سوره البقره، آیه ۳۱ آمده است: «وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ.» (و خدا همه نام‌ها [ی موجودات] را به آدم آموخت؛ سپس [هویت و حقایق ذات موجودات را] به فرشتگان ارائه کرد و گفت: مرا از نام‌های ایشان

خبر دهید، اگر [در ادعای سزاوار بودنتان به جانشینی] راست‌گویید.

در سوره الاعراف، آیه ۷۱ می‌خوانیم: قَالَ قَدْ وَقَعَ عَلَيْكُمْ مِّن رَّبِّكُمْ رِجْسٌ وَعَصَبٌ أُتِّجَادِلُونَنِي فِي أَسْمَاءٍ سَمَّيْتُمُوهَا أَنْتُمْ وَأَبَاؤُكُمْ مَا نَزَّلَ اللَّهُ بِهَا مِن سُلْطَانٍ فَانظُرُوا إِنِّي مَعَكُمْ مِنَ الْمُنظَرِينَ. (گفت: بی‌گمان عذابی و خشمی از جانب خدایتان بر شما فرو آمد. آیا درباره نام‌هایی - بی‌محتوا و بدون واقعیت - که شما و پدرانتان [بر بتان] نهاده‌اید و خدا درباره آن‌ها هیچ حجتی فرو نفرستاده است با من ستیزه می‌کنید؟! پس در انتظار [عذاب] باشید، من هم با شما در انتظارم.)

لازم به بیان است در تورات و قرآن؛ تنها یک بخش از داستان آفرینش به «خلق موجودات» مانند نحوه «خلقت انسان» اختصاص دارد. بخش بسیار مهم دیگر در آفرینش، به نامیدن مربوط می‌شود، به گونه‌ای که گویا هستی یک بار خلق و در مرتبه بعد بیشتر موجودات با تعیین اسمشان هویت یافته و باشند می‌شوند. به سخن دیگر، گویا هستی و جهان در نوعی آشفستگی و بلا تکلیفی است که به مرور تعیین تکلیف می‌شود. این تعیین تکلیف به این شکل است که خداوند اراده می‌کند که هر بخشی از این هستی چه باشد. برای مثال او می‌گوید شما آسمان باش و شما دریا و باشندگان یکی پس از دیگری همان هویت را می‌یابند. روشن است شالوده این نحوه آفرینش براساس نام‌گذاری قرار دارد. برای مثال در سوره النحل، آیه ۴۰ آمده است: إِنَّمَا قَوْلُنَا لِشَيْءٍ إِذَا أَرَدْنَا أَنْ نَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ. (همانا سخن ما به چیزی که آن را خواسته باشیم این است که به آن بگوییم: باش، پس می‌باشد.) در سوره یس، آیه ۸۲ می‌خوانیم: إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ. (فرمان او هرگاه چیزی را اراده کند، تنها این است که به آن بگوید: باش، پس می‌شود.)

در سوره آل عمران، آیه ۴۷ می‌خوانیم: قَالَتْ رَبِّ انِّي يَكُونُ لِي وَلَدٌ وَلَمْ يَمَسِّنِي بَشَرٌ قَالَ كَذَلِكِ اللَّهُ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ إِذَا قَضَىٰ أَمْرًا فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ. (مریم گفت: پروردگارا! چگونه مرا فرزندی باشد حال آن که دست بشری به من نرسیده است؟ فرمود: این چنین [است که] خدا آنچه بخواهد می‌آفریند و چون کاری را اراده کند، فقط به آن می‌گوید: باش، پس موجود می‌شود.)

نام‌باوری در سحر و جادو

دکتر سید عباس صالحی معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: «ما در سال گذشته ۷۲ هزار عنوان کتاب چاپ کرده‌ایم که نیمی از آن‌ها چاپ نخست بوده است.»

دکتر محمد مهدی انصاری مدیر کل دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: «تا کنون در دفتر مطالعات ۱۱۰ عنوان کتاب به چاپ رسیده است.»

<http://www.rasaneh.org>

«قائم مقام شرکت توزیع نیروی برق کهگیلویه و بویراحمد از بهره‌برداری ۱۱۰ پروژه توسعه شبکه و روشنایی معابر روستایی خبر داد.»

<http://khabarnema.ir>

«مدیر امور طیور جهادکشاورزی گلستان گفت: ۱۱۰ مرغداری برای دریافت تسهیلات بانکی به بانک کشاورزی استان معرفی شده‌اند.»

<http://www.mehrnews.com>

همان‌طور که مشاهده می‌شود فرهنگ‌های نام‌باور، عدد باور هم هستند. در چنین فرهنگ‌هایی برخی اعداد مقدس، دارای قدرت یا نیک بختی هستند. البته هیچ اشکالی ندارد که به نیت چهارده معصوم (ع) مهریه ازدواج چهارده سکه طلا تعیین شود، مشکلی از وقتی شروع می‌شود که فکر کنیم فقط با ذکر این عدد و بدون الگو برداری از زندگی آن معصومین می‌توان جلوی طلاق را گرفت.

بین سحر، جادو و علوم خفیه با نام‌باوری هم ارتباط بسیار نزدیکی وجود دارد. وردهای جادوگران مجموعه‌ای از اصوات و کلمات بی‌معنا با چندین اسم است. برای مثال فالگیری که می‌خواهد با خواندن وردی بین یک زوج جدایی بیندازد؛ انبوهی از کلماتی مانند سیاهی، سردی، لعنت، نفرین و جدایی را در میانه‌ها کلمه و صوت بی‌معنا به زبان می‌آورد و از همین روش برای نوشتن دعا استفاده می‌کند.

کاسیرر معتقد است یکی از دلایلی که «شیمی» نسبت به «فیزیک» بسیار دیرتر در مسیر علمی گام گذاشت این بود که تاریخ این علم با کیمیاگری بنا نهاده شده بود و کیمیاگری پر از مفاهیم و اسامی گنگ و مبهم بود. طبیعت از منظر کیمیاگران قلمرو کیفیات مبهمی بود که فقط آگاهان به اسرار و مریدان رموز آن را در می‌یافتند. کیمیاگری، زبانی اساطیری مشحون از الفاظ تار و مبهم بود که برای ارائه مشاهدات به شکل علمی مناسب نبود. (کاسیرر، ۱۳۶۰، ۳۰۵)

نام‌باوری و میراث فرهنگی

هرچند در این مطالعه نام‌باوری به حوزه زبان محدود شده است؛ اما می‌توان نام‌باوری را در

حوزه گسترده‌تری یعنی نظام نمادها قرار داد. از این منظر هرگونه تصویر، نشانه، عدد و کد می‌تواند با رویکردی معجزه‌آسا و قدرتمند در نظر گرفته شود. برای مثال پیش از اختراع خط انسان‌ها تصویر حیوانات به خصوص حیواناتی مانند بز را که مهم‌ترین شکار و منبع غذایی آن‌ها محسوب می‌شد بر دیوار غارها نقاشی یا حک می‌کردند تا به این وسیله احتمالاً حضور آن‌ها را بیشتر کنند. این قدرت قایل شدن برای نمادها از کشیدن تصویر عقاب بر روی پرچم‌ها تا خالکوبی ستاره داوود و صلیب شکسته قابل مشاهده است.

تاکنون به اسم اشخاص که بر روی آثار باستانی مانند برج‌ها، دیوارها، پل‌ها، غارها، مجسمه‌ها و حتی تنه درختان نوشته شده دقت کرده‌اید. شاید این کار یکی از مظاهر عقب افتادگی و کم‌دانشی باشد؛ به ویژه که رسانه‌های دولتی به‌طور مدام چنین رفتارهایی را نکوهش می‌کنند و بر حفظ میراث فرهنگی تاکید دارند. اما پرسش این است که مدیران و مسئولانی که کندن نام بر روی آجرهای یک میدان یا مسجد را منع می‌کنند، چرا خود نام صدها میدان و خیابان و اماکنی را که سال‌ها پیش ساخته شده است؛ تغییر می‌دهند. اگر نوشتن یک اسم بر روی یک آجر یا کاشی میدان «نقش جهان» بد است، تغییر نام این میدان که سیصد سال پیش ساخته شده بسیار بدتر است. اگر کندن نام افراد بر تنه درختان در «روز طبیعت» بد است؛ تغییر نام سیزده بدر به «روز طبیعت» بسیار بدتر است. جالب این‌که این مبارزه برای نام‌ها گاه به میدان نبرد بین دولت و ملت تبدیل می‌شود و ده‌ها سال ادامه می‌یابد. برای مثال نزدیک به چهل سال است که دولت می‌گوید: «چهارشنبه آخر سال» و «روز طبیعت» و مردم می‌گویند: «چهارشنبه سوری» و «سیزده بدر». وجود نام‌باوری را در آداب و رسوم هم می‌توان مشاهده کرد. «چشم‌کردن» و یا «چشم‌شور داشتن» بیش از این‌که به چشم ربط داشته باشد نشانگر باورهای یک جامعه به اهمیت و قدرت زبان و نام است. در چنین جامعه‌ای برخی از تعریف و تمجیدها از کسی یا چیزی این قدرت را دارد که به آن کس یا چیز آسیب برساند.

برخی از مستشرقان از این خصلت ایرانی‌ها اظهار تعجب می‌کنند که چرا مقامات ایرانی به جای تعمیر بناهای قدیمی مانند یک پل یا یک عمارت در حال تخریب؛ در کنار آن، پل یا عمارت؛ پل یا عمارت جدیدی می‌ساختند. شاید بخشی از پاسخ در این واقعیت نهفته باشد که آن‌ها نمی‌خواستند چیزی را که فردی دیگر بنا گذاشته پابرجا و ماندگار ببینند. امروزه همین روحیه در بین ایرانیان وجود دارد با این تفاوت که اگر نتوانند عمارت دیگران را خراب کنند یا در کنار آن عمارت جدیدی بسازند به روش ساده‌تری متوسل می‌شوند و نام آن را عوض می‌کنند. واقعاً چه

ضرورتی دارد که «مسجد سپهسالار» را «مدرسه عالی شهید مطهری» بنامیم؟ آیا درست است که هزاران مدرسه و خیابان و بیمارستان به نام شهید مطهری و امام خمینی نام گذاری شود و اسامی هزاران فرد خوب و بد که بخشی از تاریخ و هویت این کشور بوده‌اند پاک شود؟ شاید مسئولین کشور در این مورد باید فیدل کاسترو، رهبر انقلابی کوبا، را الگو قرار دهند که وصیت کرد پس از مرگش هیچ مکان عمومی را به نام او نام گذاری نکنند.

نام‌باوری در سیاست

سیاستمداران تمایل دارند تا مفاهیم و نام‌های مربوط به ایدئولوژی سیاسی خود را به تمام حوزه‌های جامعه تسری دهند. برای مثال نظام‌های فاشیستی که برای «جنگ» احترام و تقدس خاصی قایل هستند تلاش می‌کنند تا نام‌ها و استعاره‌های این حوزه را به سایر حوزه‌ها گسترش دهند. «کارگزاران موسولینی برای زیاد شدن محصول گندم از (نبرد گندم) و برای کاهش بیکاری از (نبرد اشتغال) سخن می‌گفتند. حتی از به کار بردن عبارت غیر انسانی (نبرد زاد و ولد) نیز برای این انسانی‌ترین عمل بشری پروایی نداشتند. آنچه برای این رژیم کمال مطلوب بود ولیکن تحقق نیافت، تبدیل مردم به توده‌هایی انبوه و تبدیل این توده‌ها به خشک‌اندیشانی بود که ترور، جنگ مسلحانه و کشورگشایی، جایگزین رضایت‌بخشی برای محرومیت‌های اجتماعی و اقتصادی خود بیابند.» (وایس، ۱۳۸۰: ۱۴۵).

در بخش بعد خواهیم دید یکی از الگوهای رایج در جوامع نام‌باور «بایکوت اسمی» است. طبق این الگو از بردن نام فرد یا گروه رقیب خودداری می‌شود تا مبادا معتبر شود و قدرت گیرد. نگاهی به بیانیه و سخنرانی مقامات سیاسی در ایران نشان می‌دهد آن‌ها حتی در مواردی که ترس از تعقیب حقوقی هم نیست بازهم ترجیح می‌دهند نام رقیب را بر زبان نیاورند. برای مثال امام خمینی همیشه محمدرضا شاه پهلوی را «شما»؛ «این آقا» و غیره خطاب می‌کرد و به ندرت نام یا نام خانوادگی او را به زبان می‌آورد. علاوه بر این او که از این قدرت آگاه بود و به آن باور داشت می‌گفت: «ما باید از همه طبقات ملت تشکر کنیم که این پیروزی تا اینجا به واسطه وحدت کلمه بوده است. وحدت کلمه مسلمان - همه وحدت کلمه اقلیت‌های مذهبی با مسلمان، وحدت دانشگاه و مدرسه علمی وحدت طبقه روحانی و جناح سیاسی. باید همه این رمز را بفهمیم که وحدت کلمه رمز پیروزی است و این رمز پیروزی را از دست ندهیم و - خدای نخواست - شیاطین بین صفوف شما تفرقه نیندازند.» (صحیفه امام؛ ج ۶: ۹)

مقایسه الگوی زبانی بین سیاستمداران ایرانی با سیاستمداران کشورهای توسعه‌یافته نیز نشان

می‌دهد رویکرد نام‌باوری در ادبیات و لحن سیاستمداران ایرانی بسیار تاثیرگذار است. برای مثال مشاهده می‌شود در کشورهای توسعه یافته؛ احزاب و سیاستمداران وابسته به آن‌ها تا قبل از به قدرت رسیدن می‌گویند: «چرا این همه فقر، بیکاری، فساد، ضعف، سوء مدیریت و ناکارآمدی وجود دارد؟» اما اگر در انتخابات پیروز شدند و قدرت گرفتند؛ مدام می‌گویند داریم این کارها و اقدامات را برای بهبود شرایط انجام می‌دهیم. اما در ایران؛ سیاستمداران چه قبل از این که در قدرت باشند چه بعد از این که قدرت را در اختیار گرفتند مدام می‌گویند: «چرا این همه فقر، بیکاری، فساد، ضعف، سوء مدیریت و ناکارآمدی وجود دارد؟» و البته اضافه می‌کنند که: «این شرایط شایسته مردم کشور ما نیست و اوضاع باید حتماً خوب شود.» تقریباً همه رؤسای جمهور وزرا، نمایندگان مجلس، رؤسای سازمان‌ها و نهادهای دولتی و مقامات عالی‌رتبه نظام جمهوری اسلامی یک‌صدا فریاد می‌زنند که فساد باید از بین برود؛ اما از آن‌جا که فرهنگ نام‌باوری در جامعه حاکم است آن‌ها به همین فریاد زدن بسنده می‌کنند و هیچ اقدام و عملی برای کاهش فساد انجام نمی‌دهند.

نام‌باوری در خانواده

در جوامع نام‌باور، اسم افراد نقش بسیار مهمی در هویت‌دهی به آن‌ها دارد. زمانی که خانواده‌ای تصمیم می‌گیرد نام پسر خود را «دلاور» یا «رستم» بگذارد انتظار ندارد پسر ترسویی داشته باشد. در فرهنگ نام‌باور «قدم خیر» و «خیرالله»؛ قرار است آینده‌ای پر خیر و برکت را برای خانواده رقم زنند. این انتظار گاه چنان زیاد می‌شود که فرزند فعلی باید سرنوشت فرزندان بعدی را هم مشخص کند. برای مثال در جامعه سنتی ایران که فرهنگ غالب خانواده‌ها «پسردوستی» است؛ نام دختر تازه به دنیا آمده را «دختر بس» می‌گذارند تا سرنوشت جنسیت فرزند بعدی را مشخص کنند. به همین ترتیب در زبان آذری «قز بس، قز تامام، گول بس، گول قاییت، قزامان و...» معادل‌هایی برای «دختر بس» است. در زبان فارسی نام‌هایی مانند «نخواست»، «کافیه» و «کفایت» حاکی از ناخشنودی خانواده از نوزاد دختر به دنیا آمده است. این درحالی است که اگر فرزندان پسر زیاد شوند در نهایت نام‌هایی چون «خداداد» و «خدابخش» معادل آذری «الله وئردی»، «خودا وئردی» و «شاه وئردی» برای نوزاد انتخاب می‌شود.

در ایران هدف استفاده از اسامی و صفات مشاهیر و یا ائمه معصوم روشن است. خانواده‌ها امید و انتظار دارند با انتخاب این اسامی بخشی از صفات و ویژگی‌های آن افراد را در فرزند خود ببینند. به همین دلیل برخی خانواده‌ها نام‌هایی مانند رستم، فرهاد، کامبیز، تهمنه یا شهین و خانواده‌های

دیگر نام‌هایی مانند علی، ابوالفضل، حامد، زهرا یا ام‌البنی را برای فرزندان خود انتخاب می‌کنند. زمانی هم که حس ملیت‌گرایی با دین اسلام مخلوط شود و هر دو را باهم بخوانند می‌بینیم که «ظفر علی، شمس علی، لطفعلی و محمدحسین» به «بهرامعلی، پویا علی، محمد پارسا، محمد سام و محمد آری» تبدیل می‌شود. این موضوع امری طبیعی است که در همه جوامع وجود دارد؛ مشکل زمانی ایجاد می‌شود که نام‌باوری به‌طور نظام‌مند و ساختاری به یکی از سیاست‌های حکومت تبدیل می‌شود و به گسترش تضاد و تضعیف انسجام اجتماعی در جامعه دامن می‌زند. زمانی که طبق سیاست‌های صدا و سیما قرار است هر هنرپیشه‌ای که نام و کنیه بزرگان مذهب شیعه را دارد انسانی خوب و اخلاقی معرفی شود و نقش بد و خلافکار به افراد با اسامی ملی داده شود؛ نتیجه چیزی جز فعال و عمیق‌تر کردن شکاف‌های اجتماعی به خصوص شکاف ملی-مذهبی نخواهد بود. گاهی این سیاست‌های غلط کوچک‌ترین اصول آموزشی و تربیتی را هم زیر پا می‌گذارند. کافی است خودمان را جای دخترپچه خردسالی بگذاریم که در مراسمی حضور دارد و در آن مجری می‌گوید کسانی که نامشان فاطمه و یا زهرا است برای دریافت جایزه به روی صحنه بیایند.

مصادیق فرهنگ نام‌باوری در سطح قوانین و سیاست‌گذاری‌های دولتی هم دیده می‌شود. طبق جدیدترین دستورالعمل ثبت احوال افراد دارای نام مذهبی نمی‌توانند نام خود را با نام غیرمذهبی تعویض کنند و فقط می‌توانند از نام مذهبی که فراوانی بیشتری از نام قبلی دارد استفاده کنند. نتیجه آن که گدا علی فقط می‌تواند به علی یا محمد تغییر نام دهند. جالب‌تر مخالفت ثبت احوال با برخی نام‌های کاملاً ایرانی است برای مثال هموطنان لر و کرد از این که نمی‌توانند نام قهرمان سرزمین‌شان «آریوبرزن» را بر فرزندانشان بگذارند ناراضی هستند.

این اهمیت دادن به نام و نام‌ها بعد از خانواده در نظام آموزش و پرورش هم بازتاب پیدا می‌کند. برای مثال در نظام آموزشی کشور ما که تحت تاثیر فرهنگ نام‌باوری قرار دارد به حفظیات و دانستن نام‌ها بسیار بیشتر از کارکرد و چگونگی عملکرد آن نام‌ها اهمیت داده می‌شود. به همین دلیل دانستن نام پادشاه حبشه که به مهاجران مسلمان پناه داد بسیار مهم‌تر از این بود که بدانیم چرا او به مسلمانان پناه داد.

گفتار دوم: الگوهای زبانی در جوامع نام‌باور

در جوامع نام‌باور، الگوهای زبانی ویژه‌ای را در حوزه‌های مختلف به‌خصوص حوزه سیاست و عرصه عمومی می‌توان مشاهده کرد. کارکرد و هدف نهایی تمامی این الگوها؛ تجسم بخشیدن

به خواسته‌هایی است که در اذهان وجود دارد. به سخن دیگر؛ از منظر نام‌باوران مهم‌ترین اقدام برای تحقق خواسته‌ها کنترل مفاهیم و تعیین تعریف و هویت جدید برای آن‌هاست و هر چه یک جامعه زبانی به نام‌باوری و تاثیر جادویی نام‌ها بیشتر باور داشته باشد استفاده از این الگوها بیشتر می‌شود. برخی از مهم‌ترین این الگوها عبارتند از:

یکتا کردن

جوامع استبدادی تمایل دارند که برخی از اسم‌ها را در هاله‌ای از تقدس و رازآلودگی قرار دهند و آن‌ها را یکتا و منحصر به فرد کنند. برای مثال، طبق دستور مقامات کره شمالی استفاده از نام رهبر کره شمالی «کیم جون اون» kim jong-un برای افراد تازه متولد شده ممنوع است و کسانی که قبلاً این نام را داشته‌اند باید نام خود را عوض کنند. (<http://english.yonhapnews.co.kr>) این ممنوعیت به کار بردن نام رهبر، در مورد نام پدر و پدر بزرگ کیم جون اون هم وجود داشته است. ظاهراً رضا شاه زمانی که نام خانوادگی «پهلوی» را برای خود برگزید؛ دستور داد کسانی که نام خانوادگی آن‌ها پهلوی است نام خانوادگی دیگری برای خود انتخاب کنند.

همگانی کردن

همگانی کردن یکی از الگوهای زبانی برای تقویت و قدرت بخشیدن به صاحب یک نام است که از تکرار و یا عمومی کردن آن نام حاصل می‌شود. برای مثال رامسس سوم (از فراعنه مصر)؛ دستور داده بود نامش را بر کتیبه‌ها و سردرها نوشته تا مردم با برزبان آوردن نام او و تکرار آن موجب سلامتی، طول عمر و افزایش قدرتش شوند. این نوع نام‌باوری در روایات و دعاهای تمامی ادیان به وفور یافت می‌شود.

همگانی کردن مانند یکتا کردن روی دیگر سکه اعمال قدرت به وسیله کنترل نام است. به همین دلیل در برخی موارد اعمال سلطه ممکن است با تبلیغ برای عمومی کردن یک نام انجام شود. برای مثال برخی حکومت‌ها ایدئولوژیک به اسامی هم نام با رهبرشان جایزه و پاداش می‌دهند. زمانی که مشغول نوشتن این مقاله هستم پیام کوتاهی دریافت کردم با این مضمون که «همکاران محترم برنامه غنی سازی اوقات فراغت فرزندان شما در روزهای...»؛ این استفاده واگیروار و همگانی از اصطلاح «غنی سازی» در شرایطی که چند سال است کشور با تحریم علیه برنامه‌های هسته‌ای روبرو است از دیگر مصادیق همگانی کردن است. همان‌طور که مشاهده شد نامیدن و تکرار اسم و یکتا کردن اسم؛ هر دو نشان از قدرت اسطوره‌ای اسم دارد.

وصله‌ای کردن

وصله‌ای کردن یکی از الگوهای رایج زبانی در جوامع نام‌باور است که در آن؛ ترکیب دو یا چند کلمه بدون در نظر گرفتن معنا و هویت قبلی آن کلمات انجام می‌شود. البته، در همه زبان‌ها ترکیب کلمات و ایجاد اصطلاحات جدید امری رایج و طبیعی است؛ اما اگر این ترکیب بدون هیچ منطقی انجام شود و معنی ترکیب جدید مستلزم کنار گذاشتن معنای قبلی کلمات به کار رفته در آن ترکیب باشد با وضعیت وصله‌ای کردن روبرو هستیم. برای مثال همان‌طور که در کتاب «گونه‌شناسی روشنفکران ایرانی» نشان داده‌ام، بخش بزرگی از ادبیات روشنفکری در ایران تلاش‌های چسب وصله‌ای بوده است. این دسته از روشنفکران، خود را در میانه طیف‌های مختلف فکری، سیاسی و فلسفی قرار داده و به دنبال اختراع اصطلاحات جدید و کیمیاگونه‌ای هستند که به راحتی خواسته آن‌ها را تحقق بخشد. برای مثال برخی از آن‌ها با چسباندن پسوند «دینی» به «روشنفکر»؛ اصطلاح «روشنفکر دینی» را اختراع کردند که به‌طور حتم مستلزم تغییر در معنای قبلی کلمه «روشنفکر» یا «دین» یا هر دو است. (برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به: کتاب گونه‌شناسی روشنفکران ایرانی - انتشارات کویر و مقاله جمهوری ایرانی: فرصت یا تهدید ماهنامه‌هایران فردا شماره ۳۷ بهمن ۱۳۹۶).

تابوگرایی و حذف کردن

تابوگرایی زبانی الگوی است که براساس آن نام بردن از برخی اسامی غدغن و ممنوع است. برای مثال طبق یک سنت قدیمی در هند، زنان نباید شوهرانشان را به اسم صدا کنند. این سنت در مناطق روستایی دقیقاً رعایت می‌شود اگر چه در شهرها به مراتب کمتر است. به دختران گفته می‌شود که به زبان آوردن نام شوهرشان بدئمن است و عمر او را کوتاه می‌کند. برخی مواقع این ممنوعیت شامل سایر اعضای خانواده شوهر هم می‌شود و عواقب رعایت نکردن آن می‌تواند از تنبیه بدنی تا تبعید باشد.

تصور رایج این است که تابوهای زبانی در فرهنگ ایرانی به موضوعات و روابط جنسی محدود می‌شود. همگی از تابوی نام بردن از اعضای جنسی زن و مرد و روابط بین آن‌ها آگاه هستیم. تابویی که گاه ممکن است گسترش پیدا کرده و صاحب آن عضو را نیز شامل شود. همان‌طور که مردان در گذشته همسر خود را نه با نام و حتی استفاده از کلمه زن؛ بلکه با عباراتی مانند «مادر بچه‌ها»، «منزل»، «ضعیفه» و... صدا می‌کردند. اما واقعیت این است که در فرهنگ‌های نام‌باور، نه تنها حوزه مسایل جنسی؛ بلکه سایر حوزه‌ها هم تابوهای زبانی خاص خود را دارند.

« در بسیاری از نقاط ایران نام "جن" را هنگام شب نمی‌آورند، زیرا که می‌ترسند با ذکر نام این موجود نادیدنی خطرناک، خود او حاضر شود. به این سبب نام دیگری که اشاره یا کنایه است بر او می‌گذارند. در تهران طایفه جنیان را "از ما بهتران" می‌خوانند و این کلمه که معنی تملق آمیزی در بر دارد نشانه بیم و هراسی است که مردم از جن در دل دارند. در بیرجند جن را "اندرآ" می‌خوانند و این کلمه یا تعارفی است از روی ترس که او را دعوت به دخول می‌کند. یا اشاره به آن که این موجود بی‌اجازه و دعوت در هر خانه‌ای در می‌آید. در بعضی شهرهای دیگر ایران مفهوم "جن" را با لفظ "اونا" یعنی "ایشان" بیان می‌کنند تا از ادای نام این موجود وحشت‌انگیز پرهیز کنند.» (ناتل خانلری، ۱۳۴۰: ۶۰۶).

زمانی که در حوزه سیاست به جای اصطلاح «ضد حکومتی» از اصطلاح «ساختارشکنانه» استفاده می‌شود؛ مانند زمانی است که فردی به جای آوردن اسم «جن» از اسم «اونا» استفاده می‌کند؛ یا مانند زمانی است که مردی در هنگام خطاب قرار دادن زنش، به جای استفاده از نام او، نام پسرش را صدا می‌زند. در چنین مواردی نام مورد نظر به‌طور کلی بایکوت می‌شود تا مبادا رایج و حاضر شود. اکثر فعالان سیاسی از این که فرد یا جریان رقیب را به نام خطاب قرار دهند پرهیز می‌کنند البته بخشی از این پرهیز به خصوص در جوامع استبدادی ناشی از ترس است؛ اما بخش دیگری از آن به این دلیل است که نمی‌خواهند فرد یا جریان مورد نظر یا حتی شعارهای آن با نامیده شدن قدرت گرفته و حاضر شود.

در حوزه فرهنگی جوامع نام‌باور؛ بایکوت نام‌ها و ایده‌ها ممکن است با شدت بسیار بیشتری از حوزه سیاست در جریان باشد. برای مثال اگر تمام آثار روشنفکران ایرانی را زیر رو کنیم تقریباً هیچ نامی از ایده‌ها و نام سایر روشنفکران هم عصرشان دیده نمی‌شود. روشنفکران ایرانی حتی در زمانی که به نقد همکار خود می‌پردازند نام او را مستقیماً بر زبان نمی‌برند. البته این کار را به حساب ادب و احترام می‌گذارند درحالی که اقیانوسی از حسادت و ترس از قدرت گرفتن رقیب پشت آن خوابیده است. روشنفکران ایرانی دوست ندارد به جز نام خود، نام روشنفکر دیگری را ببرند یا بشنوند. درحالی که در کشورهای غربی یک استاد در هنگام نوشتن مقاله یا ارائه یک سخنرانی به راحتی نظر سایر اساتید مشهور را با ذکر نام آن‌ها نقد می‌کند؛ در ایران کمتر کسی شفاف و مستقیم نام نقدشونده را به زبان می‌آورد. در برخی از موارد حسادت به حدی است که حتی در هنگام نقد اثر یک نفر تاجای ممکن از بردن نام او و اثرش خودداری می‌شود؛ زیرا فکر می‌کنند تکرار آن نام ممکن است به مشهور شدن او بیانجامد که البته امری خوشایند

نیست. همین وضعیت در نوشته‌های چنین افرادی موجود است. چنین روشنفکرانی به ندرت به نوشته‌های دیگران به خصوص همکاران هموطنشان ارجاع می‌دهند.

این «عدم بیان» و یا دست کم «عدم تکرار»؛ روی دیگر «لقلقه یا تکرار زبانی» است که در ادامه با آن آشنا خواهیم شد. به‌طور خلاصه در فرهنگ نام‌باور؛ اسامی مانند اسم رمز هستند. بهترین راه برای نابود کردن چنین اسم رمزهایی این است که یا آن‌قدر آن‌ها را تکرار کنیم که رمزی در کار نباشد یا آن‌قدر آن‌ها را بایکوت کنیم که هیچ کس دیگر آن‌ها را به یاد نیاورد.

پنهان و تطهیر کردن

یکی از الگوهای زبانی برای تاثیرگذاری و دستکاری ذهن افراد جامعه؛ استفاده از روش ایجاد ابهام و پنهان‌کاری است. برای مثال اصطلاح به ظاهر زیبای «سیاست تعدیل کارکنان» که توسط نظام‌های سرمایه‌داری و اقتصادهای لیبرالی مطرح می‌شود همان سیاست اخراج کارکنان است. به همین ترتیب در چند دهه گذشته در جهان و در چند سال گذشته در ایران شاهد شیوع اصطلاح «کارآفرین» و «کارآفرینی» هستیم؛ که در اکثر مواقع به معنای نابود کردن کارها و مشاغل است. در واقع استفاده از این اصطلاح برای ایجاد ابهام در خروجی سیاست مدنظر و تطهیر وضعیت ناخوشایندی است که کارگران دچار آن خواهند شد.

در نظام‌های استبدادی واژه‌هایی مانند «خودسر» و «خودجوش» برای پنهان‌کاری، ایجاد ابهام و آدرس غلط دادن است. در چنین نظام‌هایی افراد یا گروه‌های فشار حکومتی که سر آن‌ها کاملاً هم مشخص است؛ خودسر و خودجوش نامیده می‌شوند تا مسئولیت کارهای آن‌ها متوجه حکومت نباشد. به همین ترتیب در جوامع استبدادی، افرادی که از پیامدهای به‌کاربردن کلماتی مانند «دیکتاتوری» و «استبداد» نگران هستند ترجیح می‌دهند از کلمات تطهیر شده‌ای مانند «اقتدارگرایی» و «تمامیت‌خواهی» استفاده کنند. این مصادیق نشان دهنده رواج الگوی تطهیر زبانی در یک جامعه نام‌باور است.

همان‌طور که اشاره شد در بیشتر موارد هدف از پنهان‌کردن؛ تطهیر واژه‌هاست. برای مثال زمانی که «مضاربه» جایگزین «رباء» یا «غیرانتفاعی» جایگزین «خصوصی» می‌شود به دنبال تطهیر هستیم. در نمونه دیگری مشاهده می‌شود که تا قبل از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ انقلابیون از کوتاهی رژیم پهلوی در رسیدگی به ساکنین «حلبی‌آبادها» و «زاغه‌نشین‌ها» انتقاد می‌کردند؛ امروزه برخی از همان انقلابیون که دارای مسئولیت‌های دولتی هستند می‌گویند می‌خواهند به‌طور جد با پدیده «حاشیه‌نشینی» مبارزه کنند! مثال دیگری از پنهان و تطهیر کردن زبانی به تغییر نام

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مربوط است. هرچه «صدا و سیما» بیشتر جناحی می‌شود و بیشتر منافع ملی را ندیده می‌گیرد؛ اصرار بیشتری دارد تا آن را «رسانه ملی» بنامند. مسئولین «دانشگاه آزاد اسلامی» زمانی که متوجه شدند به دلیل روحیه کاسب کارانه و عملکرد علمی ضعیفشان وجه بدی در جامعه پیدا کرده‌اند واحدی با نام «واحد علوم و تحقیقات» و با همان کارکرد قبلی اختراع کردند و اساتید و دانشجویان شرم‌نده از این نهاد با اشتیاق آن را به کار گرفتند. البته سایر دانشگاه‌ها هم به این موضوع پی‌بردند و عناوینی مانند شبانه، نوع دوم، غیرانتفاعی، پردیس و... را اختراع کردند تا از واقعیت مشترک یعنی «پولی بودن» فرار کنند؛ در این میان استفاده از واژه غیرانتفاعی به جای غیردولتی یا خصوصی از همه جالب‌تر است. شاید باورش سخت باشد اما چند ماه پیش بردارزاده‌ام که هشت سال دارد و دانش آموز سال دوم است گفت: برای این که به مادرم در کارها کمک کند در تکلیف مدرسه اش «صرفه جویی» کرده است. بعد فهمیدم منظورش این است که در هنگام رونویسی چند خطی را نوشته است؛ همان کاری که ما هم در دوران دانش آموزی می‌کردیم اما آن زمان نامش «جاانداختن» بود.

به همین ترتیب واژه «خصولتی» که در چند سال گذشته ابداع شده و دانسته توسط برخی دولتمردان و نادانسته توسط برخی دانشگاهیان استفاده می‌شود؛ بیشترین کارکردش تطهیر دزدی و فساد است که در واگذاری اموال ملی اتفاق می‌افتد. به سخن دیگر واگذاری اموال عمومی به بخش خصوصی در فضایی شفاف و رقابتی اتفاق نمی‌افتد و برخی از نهادها و گروه‌ها با استفاده از رانت و روابط مافیایی اموال ملی را با قیمتی ناچیز خریداری کرده و به تملک خود در می‌آورند. در این حالت به جای این که گفته شود دزدی و فساد صورت گرفته و مجرمین باید محاکمه شوند گفته می‌شود؛ «خصولتی شده» و تمام.

به کار بردن معادل‌های علمی و یا غیرفارسی (عموماً انگلیسی و عربی) مفاهیم فارسی نمونه دیگری از پنهان کردن است؛ برای مثال از «مقعد»، «عمل لواط»، «فیلم پورنو» و «واژن» به جای معادل‌های فارسی آن‌ها استفاده می‌شود.

تحریف کردن

تحریف کردن زمانی اتفاق می‌افتد که بدون هیچ منطقی برای یک دال (کلمه یا اصطلاح)؛ تعریف و مدلول‌های جدیدی در نظر گرفته می‌شود. همان‌طور که می‌دانیم ممکن است کلمات به‌طور طبیعی و به مرور زمان معنای خود را از دست داده و معنای جدیدی پیدا کنند. برای مثال معنای واژه «رکاب» که وسیله‌ای برای سوار شدن بر اسب بوده است؛ امروزه به معنای جایی است

که افراد هنگام بالا رفتن از ماشین‌های سنگین پا می‌گذارند. پرویز خانلری در مورد تغییر مدلول برخی از الفاظ می‌گوید: نخستین امری که در تغییر معانی الفاظ موثر است تغییر مدلول خارجی آن‌ها است. گاهی تغییر مدلول در طی زمانی دراز انجام می‌گیرد، اما در بسیاری از موارد در مدت زندگانی یک فرد و یک نسل نیز ممکن است مدلول الفاظ تغییر کلی و اساسی پذیرد. برای مثال لفظ «می» و «مستی» که امروزه به شراب انگور اشاره دارد در گذشته به معنای نوعی غسل تخمیر شده بوده است. (ناتل خانلری - ۱۳۴۰).

روشن است که موارد بالا را نمی‌توان به عنوان مصادیقی از الگوی تحریف زبانی دانست. تحریف زمانی اتفاق می‌افتد که در زمان کوتاهی و بدون تغییر در شرایط بیرونی کاربرد یک واژه، تلاش می‌شود معنای آن واژه دگرگون شود؛ این تلاش طبیعی و خودجوش نبوده و همیشه در پشت آن خواست و مقاصد خاصی وجود دارد. برای مثال به این اخبار توجه کنید؛ به گزارش تسنیم محمدباقر نوبخت در جمع خبرنگاران گفت: ما کشور با ثباتی هستیم و دولت با قدرت در برابر نوسانات ارز عمل خواهد کرد... حتی از کسانی که با دولت زاویه انتقادی دارند، تقاضا می‌کنیم در این زمینه با دولت همکاری و هماهنگی داشته باشند تا کشور را از نوسانات حفظ کنیم. <https://www.tasnimnews> به گزارش ایرنا محمدرضا منصوری، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: نوسانات قیمت خودرو در کشور با تولید بیشتر و رفتار منطقی مصرف‌کنندگان مهار می‌شود. <http://www.irna> همان‌طور که ملاحظه می‌شود هرچند کلمه «نوسانات» به معنای افزایش و کاهش هم‌زمان و هم‌اندازه است اما در خبرهای مذکور این کلمه برای بیان وضعیتی که در آن قیمت‌ها در حال افزایش شدید و کاهش آن بسیار کم و ناچیز بوده استفاده شده است. افراد مذکور به راحتی می‌توانند به جای کلمه نوسانات از کلمه «افزایش» استفاده کنند اما ترجیح می‌دهند به دلایلی دیگر از کلمه نوسانات استفاده کنند و به‌طور غیرطبیعی معنای جدیدی به این لفظ بدهند. نوآوری در این الگوی زبانی پایانی ندارد و برخی مواقع حالت طنز پیدا می‌کند؛ برای مثال زمانی که به جای کلمه «رقص» از کلمه «حرکات موزون» استفاده می‌شود یا زمانی که آقای خیرخواه، سخنگوی وزارت نیرو، در مورد قطع برق در تهران می‌گوید: در حال حاضر در تهران خاموشی نداریم و فقط «مدیریت بار» انجام می‌شود. (به نقل از خبرگزاری ایسنا)

در حوزه سیاسی تحریف کردن یکی از سازوکارهای زبانی است که براساس آن فرد یا گروهی تلاش می‌کند دیگران را با اسامی دلخواه خود و در مخالفت با خواست صاحب اصلی آن نام

تعریف کند. برای مثال برخی صاحبان قدرت؛ نام و هویت فرد یا گروه یا ایده سیاسی رقیب را بر اساس خواست خود تعریف می‌کنند. بر اساس چنین روشی است که «حزب توده ایران» به «حزب توده» و «سازمان مجاهدین خلق» به «سازمان منافقین خلق» تبدیل می‌شود. البته سازمان مجاهدین هم «جمهوری اسلامی» را «جمهوری آخوندی» می‌نامد. در برخی موارد مانند رخ دادهای سیاسی، صاحب اصلی نام وجود ندارد و هر گروه بر اساس منافع و مقاصد خود پدیده‌ها را نام‌گذاری می‌کند برای مثال واقعه ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ از نظر طرفداران سلطنت «انقلاب» و از نظر مخالفان سلطنت «کودتا» نامیده می‌شود.

شناور کردن

شناور کردن الگوی زبانی است که در آن هیچ ثباتی وجود ندارد و لغزش و سیالیت ویژگی مفاهیم و کلمات است. برای مثال اصطلاحی مانند «امنیت ملی» و جرمی مانند «اقدام علیه امنیت ملی» در یک فرهنگ نام‌باور می‌تواند بر هر عملی بار شود.

شفیعی کدکنی در کتاب «مفلس کیمیا فروش» اشاره می‌کند که رشد خودکامگی یکی از عوامل رشد مدیحه‌سرایی در شعر بوده است. به نظر او با گذشت و گسترش شرایط استبدادی؛ احتمال اغراق در مدح هم بیشتر می‌شود به گونه‌ای که اگر در ابتدای یک دوران استبدادی برخی صفت‌های مورد ستایش مردم برای پادشاه استفاده می‌شود در انتها آن دوران، صفات پیامبرگونه در مدح یک وزیر به کار می‌رود. کدکنی این پدیده را زیر عنوان «شناور شدن زبان و ارتباط آن با رشد خودکامگی» بررسی می‌کند و نتیجه می‌گیرد «در فاصله کمتر از یکصد و پنجاه سال، شعر مدیحه چه تطوری به خود دیده و چه قدر مدایح شعرا، از واقعیت و هسته‌های مرکزی واقعیت به دور رفته است.» (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۴: ۸۵ تا ۸۹) کدکنی با اشاره به کلماتی مانند «استاد»، «دکتر»، «مهندس» و «سرهنگ» اشاره می‌کند که در جوامع دموکرات و آزادمنش این کلمات کاربرد خاص خود را دارند و به راحتی نمی‌توان آن‌ها را شناور کرد و به هر جایی برد. برای مثال اگر به فردی که دکتر ندارد بگوییم دکتر! هم او و هم دیگران این کار را نمی‌پسندند. اما در جوامع استبدادی جای هر کلمه با همسایه‌های آن و مدارج بالای آن به راحتی می‌تواند عوض شود. «همان‌طور که در جامعه استبدادی می‌توان به حقوق افراد تجاوز کرد به حدود کلمات هم می‌توان تجاوز کرد و همان‌طور که در جامعه برخوردار از آزادی و قانون به حقوق افراد نمی‌توان تجاوز کرد، به حدود کلمات هم نمی‌توان تجاوز کرد.» (همان، ۹۱)

تکرار و تورم زبانی

یکی از سازوکارهای کم کاری در عرصه کردار؛ پرکاری در عرصه گفتار است و این ویژگی در جوامع نام‌باور بسیار رایج است. در این جوامع بیان و تکرار یک خواست (نام) تقریباً با تحقق آن یکسان پنداشته می‌شود. نگاهی به چند دهه گذشته نشان می‌دهد شعارها و ایده‌های خوبی مانند «حمایت از مستضعفان»، «شایسته‌سالاری»، «بومی سازی»، «حفظ هویت»، «فسادستیزی» و صدها هدف و نام دیگر دائماً در حال تکرار هستند. این تکرار در چند سال گذشته و در پیام‌های نوروزی مقام رهبری به خوبی قابل مشاهده است. اگر ایشان در ابتدای سال شعار «وحدت و انسجام اسلامی» سر را می‌دادند تمامی مسئولان امور جاری خود را در راستای تحقق این هدف می‌دانستند و البته اگر پیام نوروزی ایشان بر «مدیریت جهادی» تاکید داشت باز همان برنامه‌ها در راستای تحقق این هدف معرفی می‌شدند.

نتیجه آن که برای مثال برگزاری مسابقات کشتی یکسال بخاطر حفظ انسجام اسلامی بود و سال بعد بخاطر مدیریت جهادی. در این مورد، تکرار و لقلقه زبانی از همان لحظه تحویل سال قابل مشاهده است؛ صدا و سیما اولین دستگاہی است که ایده را به شعار تبدیل می‌کند و آن را در کنار آرم تمام شبکه‌ها قرار می‌دهد. بلافاصله شهرداری‌ها با تمام قدرت وارد میدان می‌شوند و در دیوار شهر را پر از پرچم و بیلبورد و بنرهای مربوط به شعار سال می‌کنند. در طول سال مسئولان در تکرار این شعار از هم سبقت می‌گیرند و در هر زمان و مکانی آن را تکرار می‌کنند؛ چون می‌دانند در عمل هیچ کاری انجام نخواهند داد؛ بنابراین کمبودها را با تکرار شعار جبران می‌کنند. خوشبختانه بالاخره در آذر سال ۱۳۹۳ رهبر انقلاب به این موضوع اشاره کردند و به همین دلیل در پاسخ به نامه آقای جهانگیری معاون اول رئیس جمهور، در ارتباط با برگزاری «همایش ملی ارتقای سلامت نظام اداری و مقابله با فساد» و درخواست صدور پیام برای این همایش گفتند: «نفس اتمام آقایان به امر مبارزه با فساد را تحسین می‌کنم، لکن این سمینار و امثال آن بناست چه معجزه‌ای بکند؟ مگر وضعیت برای شما مسئولان سه قوه روشن نیست؟ با توجه به شرایط مناسب و امیدبخشی که از لحاظ همدلی و هماهنگی و همفکری بین مسئولان امر وجود دارد، چرا اقدام قاطع و اساسی انجام نمی‌گیرد که نتیجه را همه به‌طور ملموس مشاهده کنند. توقع من از آقایان محترم این است که چه با سمینار و چه بدون آن، تصمیمات قاطع و عملی بدون هرگونه ملاحظه‌ای بگیرند و اجرا کنند. موفق باشید.» <http://farsi.khamenei.ir>

چند ماه بعد ایشان در دیدار اعضای ستاد بزرگداشت روز ملی مهندس که در تاریخ

۱۳۹۳/۱۱/۶ برگزار شد و پس از شنیدن سخنان آقای باهنر گفتند: «مسئله اقتصاد مقاومتی هم که اشاره کردید، خوب، از وقتی که این عنوان مطرح شده، شاید هزار مرتبه از طرف مسئولین - با کم و زیادش - تأیید شده؛ مسئولین مختلف، فعالان اقتصادی، حتی فعالان سیاسی، مسئولین دولتی، مجلس، غیره، مکرر گفته‌اند اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی؛ خوب، خوب است؛ لکن با اسم و با تکرار زبانی هیچ اتفاقی نمی‌افتد؛ هیچ اتفاقی نمی‌افتد. با بردن اسم دارو و تکرار اسم دارو هیچ بیماری خوب نمی‌شود؛ دارو را باید مصرف کرد. شما در مجلس، در دولت نگاه کنید ببینید که واقعاً برای اقتصاد مقاومتی به همان مفهوم حقیقی خودش چه کارهایی انجام گرفته و چه کارهایی باید انجام بگیرد. این را به نظر من به‌طور جدی دنبال بکنید.» <http://farsi.khamenei.ir>

اما در مورد تورم زبانی می‌توان گفت نوعی تکرار زبانی است که با الفاظ متفاوت اما هم معنا اتفاق می‌افتد. به سخن دیگر، زمانی که برای نامیدن یک چیز از چندین نام استفاده می‌شود با تورم روبرو هستیم. تورم زبانی را می‌توان به دو گونه «هم‌زمان» و «در زمان» بخش‌بندی کرد. در تورم زبانی هم‌زمان؛ از چندین کلمه و صفت مشابه به‌طور هم‌زمان استفاده می‌شود. برای مثال زمانی می‌گوییم: جناب علیا حضرت والا مقام خلد آشیان شاه شاهان....؛ با تورم زبانی هم‌زمان روبرو هستیم. هرچند این مورد در گذشته و در حوزه ادبیات بیشتر مشاهده می‌شد؛ اما مصادیق امروزی آن در حوزه‌های مختلف وجود دارد. لازم به بیان است؛ «در غرب، اقتصاد کلام و اندیشه را یکی از شرایط مقدماتی تفکر و روایت علمی دانسته‌اند. هم‌زمان با تجدد بود که طمطراق و تفصیل و اطناب کلام رایج در متون قرون وسطی جای خود را به ایجاز و سادگی روایی داد....» (میلانی، ۱۳۸۲: ۲۵۹)

اما در تورم زبانی در زمان؛ برای نامیدن یک چیز از چندین اسم در طول زمانی کوتاه استفاده می‌شود. برای مثال جایگزین کردن اصطلاحاتی مانند «شیخون فرهنگی»؛ «تهاجم فرهنگی»؛ «ناتو فرهنگی» و «جنگ نرم» در زمانی کوتاه از مصادیق این گونه از تورم است. لازم به ذکر است همان‌طور که در تورم اقتصادی پول ارزش و قدرت خود را از دست می‌دهد؛ در تورم زبانی هم شاهد از دست رفتن ارزش و قدرت کلمات هستیم. در نهایت همان‌طور که یک کشور در اثر افزایش بی‌رویه نقدینگی با ورشکستگی اقتصادی روبرو می‌شود؛ یک نظام سیاسی هم ممکن است در اثر تکرار و تورم زبانی با نوعی ورشکستگی زبانی روبرو شود. در این وضعیت هر نوع اختراع و مفهوم‌پردازی جدیدی کارایی چندانی نداشته و به بحران موجود دامن خواهد زد. به‌طور خلاصه به‌نظر می‌رسد داستان معروف علی بابا و چهل دزد بغداد که در آن با گفتن رمز

«اسمی باز شو» در غار پر از گنج به روی فرد باز می‌شد در فکر و رفتار ایرانیان هم رسوخ پیدا کرده است. این که با به کاربردن اسم و تکرار اسم آیا طلسمی باز خواهد شد یا نه و این نکته که چرا امور بدیهی و عادی کشوری باید نیاز به طرح به شکل شعار از زبان شخص اول کشور را داشته باشد جای تفکر بیشتری دارد. اما آنچه مسلم است این است که در فرهنگ ایرانی اسم، تقدس خاصی دارد و تا این تقدس از بین نرود بازی با اسم به گونه‌های مختلف از لقلقه اسمی تا سیالیت و واژگونی اسمی، که در ادامه با آن آشنا خواهیم شد، باقی خواهد ماند.

واژگونی‌زبانی

هرچند زبان یک دستگاه نمادساز است که با آن اشیا و معانی را به اشتراک می‌گذاریم اما کلمات می‌توانند به به وضعیت «واژگونی» برسند که در این حالت، معنا و محتوای متضادی با معنای نخستین پیدا می‌کنند. زمانی که کارگران در تظاهرات شعار می‌دهند «مرگ بر کارگر... درود بر ستمگر» در حال استفاده از همین الگو برای طعنه زدن هستند. کارگر و ستمگری که معنای خود را از دست داده‌اند و ظاهراً جای آن‌ها باهم عوض شده است. به همین ترتیب همان‌طور که جورج اورول در ژمان ۱۹۸۴ بیان می‌کند وظیفه و رسالت «وزارت آزادی» سرکوب افکار و گسترش استبداد می‌شود و وظیفه و رسالت «وزارت صلح» ساختن جنگ‌افزار و هدایت جنگ می‌شود.

به نظر می‌رسد که «واژگونی‌زبانی» با «شناور شدن زبان» ارتباط مستقیمی دارد و هرچه شناوری زبان بیشتر باشد احتمال واژگونی کلام هم بیشتر می‌شود. در بخش پیشین دیدیم که شناوری زبان باعث می‌شود که به راحتی بتوان فردی را که دکتر ندارد، دکتر خطاب کرد؛ ادامه این شناوری باعث می‌شود که در نهایت برخی کارمندان همدیگر و حتی کارکنان بخش خدماتی را دکتر و مهندس خطاب کنند و این یعنی به عبور از مرحله شناوری به مرحله واژگونی. همین ارتباط را می‌توان بین «تکرار زبانی» و «واژگونی‌زبانی» مشاهده کرد. در ابتدای انقلاب سال ۵۷ استفاده از برخی واژه‌ها مانند «انشاء‌الله» و «به‌طور جد» به سرعت رواج یافت و با همان سرعت هم از درون پوچ و بی‌معنا شد؛ به گونه‌ای که با شنیدن این واژه‌ها شنونده، نه تنها امیدوار نمی‌شود بلکه احتمال می‌دهد که قرار است کاری انجام نشود.

دوزبانگونی

«مطابق نظر گامپرز، دوزبانگونی وضعیتی است که در آن یک زبان، گویش یا گونه برای نقش اجتماعی معینی به کار گرفته می‌شود، اما زبان، گویش یا گونه دیگر با نقشی متفاوت در موقعیت‌های دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد.» (مدرسی، ۱۳۶۸: ۳۷) در نتیجه یک زبان فراگونه و یک زبان فروگونه شکل می‌گیرد؛ زبان فراگونه رسمی که عمدتاً آموزش داده می‌شود و زبان فروگونه غیررسمی که از بچگی و در محاوره‌های روزمره یاد گرفته می‌شود. در ایران و در بین فارس‌زبان‌ها بین زبان مورد استفاده در جلسات رسمی و اداری با زبان مورد استفاده در جلسات غیررسمی، تفاوت زیادی وجود دارد. در دو دهه نخست انقلاب مردم و مسئولین به گونه‌ای در تلویزیون سخن می‌گفتند که با زبان عادی و روزمره آن‌ها تفاوت داشت؛ تقریباً تمام مصاحبه‌های تلویزیونی و جلسات این دوران با ذکر نام خداوند و خواندن آیه قرآن یا حدیث و روایتی باید شروع می‌شد. وارداف می‌نویسد: یکی از ویژگی‌های برجسته و کلیدی دوزبانگونی این است که دو گونه دخیل در آن به لحاظ کارکردی کاملاً از یکدیگر متمایز هستند و یکی نسبت به دیگری موقعیت بالاتری پیدا می‌کند. برای مثال فراگونه‌ها را می‌توان در ایراد سخنرانی‌های پارلمانی، ادبیات فاخر، سرمقاله روزنامه‌ها دید درحالی که فروگونه‌ها در گفت‌وگو با آشنایان، ادبیات عامه و سریال‌های آبکی به کار برده می‌شود. بعضی وقت‌ها ممکن است کسی سخنرانی خود را به فراگونه زبانی ایراد کند، اما پرسش‌هایی را که درباره محتوای آن از او پرسیده می‌شود، به فروگونه آن زبان بیان نماید.

همچنین ممکن است مقاومت چشمگیر و گسترده‌ای در برابر ترجمه بعضی از کتاب‌ها به فروگونه وجود داشته باشد، به عنوان مثال با ترجمه انجیل یا قرآن به گونه محاوره‌ای زبان عربی یا یونانی به شدت مخالفت می‌شود. (وارداف، ۱۳۹۳: ۱۵۴)

در به‌کارگیری الگوی دوزبانگونی می‌توان به دو دسته از عوامل آشکار و پنهان اشاره کرد. عوامل آشکار آن دسته عواملی هستند که به راحتی می‌توان اثر آن‌ها در ضرورت به‌کارگیری الگوی دوزبانگونی نشان داد. برای مثال در موضوعات علمی و تخصصی به ناچار باید از برخی کلمات و جملات استفاده کرد که در زبان روزمره وجود ندارند. همچنین در جلسات و مکاتبات اداری رعایت ادب و خلاصه‌گویی منجر به شکل‌گیری الگوی زبانی خاصی می‌شود که با زبان و نوشتار غیراداری تفاوت دارد. اما در بیشتر مواقع دلایل به‌کارگیری دوزبانگونی اعمال قدرت است که به‌طور پنهان و غیرمستقیم انجام می‌شود. برای مثال استفاده از الگوی دوزبانگونی

توسط برخی از پزشکان وکلا، دانشگاهیان، روحانیون، روشنفکران و مهندسان کامپیوتر؛ برای کنترل مخاطب با مرعوب کردن اوست. هرچند آن‌ها استفاده از این الگو را ناشی از تخصصی و پیچیده بودن حوزه کاری خود می‌دانند اما بخشی از دلایل دانسته یا نادانسته این کار تلاش برای اعمال قدرت است.

برای مثال در حوزه فلسفه یک قرن پیش محمدعلی فروغی با تالیف کتاب «سیر حکمت در اروپا» نشان داد می‌توان با زبانی ساده مباحث سخت فلسفی را به خوانندگان انتقال داد؛ اما امروزه اکثر اساتیدی که چنین قدرتی ندارند ترجیح می‌دهند با به‌کارگیری کلمات و جملات عجیب و غریب، فقط مخاطب را مرعوب کنند. به نظر می‌رسد مطالعات و پژوهش‌های گسترده‌ای در مورد استفاده این الگو در بین فارس‌زبانان باید انجام شود تا ابعاد و جزئیات آن را دقیق‌تر بیان کند. برای مثال این فرضیه که «هرچه جامعه‌ای نام‌باورتر باشد، دوزبان‌گونگی در آن بیشتر مشاهده می‌شود.»؛ یا این فرضیه که «هرچه تعارض نقش‌ها بیشتر باشد، دوزبان‌گونگی هم بیشتر است.»؛ می‌تواند موضوع پژوهش‌های جامعه‌شناختی و روانشناختی باشد.

تحقیر زبانی

تحقیر زبانی همان کوچک و مسخره کردن با زبان است که در بین عموم مردم و در زبان کوچک و بازار کاربرد فراوانی دارد. در جوامع نام‌باور اسامی افراد به راحتی مسخره می‌شوند. این کوچک کردن می‌تواند با اضافه کردن کسره یا حرفی مانند حرف «ی» به انتهای اسامی انجام شود: مانند «استاد قیافه می‌گیره» به جای «استاد قیافه می‌گیره» یا «حسنی» به جای «حسن». ^۱ همچنین وقتی به جای روشنفکر گفته می‌شوند «منورالفکر» یا «روشنفکر بازی» از همین تکنیک تحقیر کردن استفاده شده است.

به نظر می‌رسد در زمینه دلایل و کاربردهای کوچک و مسخره کردن نام‌ها؛ پژوهش‌هایی بسیاری می‌تواند انجام شود. این که فارس‌زبان‌ها در برخی حوزه‌ها بیشتر و در برخی موضوعات کمتر دست به تحقیر می‌زنند، ریشه‌های عمیق روانشناختی جامعه‌شناختی دارد. برای مثال استفاده از واژه «عاینک» به جای «عینک»؛ «گیساش» یا «فوکلش» به جای «موه‌اش»؛ «مهنس» به جای «مهندس» بسیار رایج‌تر از استفاده از برخی واژه‌های دیگر است. به همین ترتیب می‌توان پرسید چرا اصطلاح «درازه یا نردبونه» برای افراد به جای «بلند قده» بیشتر استفاده می‌شود؛ اما برای اتومبیل به جای «شاسی بلند» از اصطلاح «پاچه بلند» استفاده نمی‌شود؟ آیا علت این نیست

۱. البته در برخی موارد (برای مثال در اصفهان) این کار نشانه صمیمیت و خودمانی بودن است.

که غیرممکن است کوتاه قدها بلند قد شوند؛ اما ممکن است همه افراد روزی صاحب ماشین شاسی بلند شوند؟ چه افراد و چه گروه‌هایی به کدام نوع تحقیر و کوچک کردن تمایل بیشتری دارند؟

تشابه اسمی

یکی از ابزارهای تحلیل در جوامع نام‌باور، بهره‌گیری از الگوی زبانی تشابه اسمی است. در این الگو با مقایسه دو موضوع متفاوت که فقط نام یکسانی دارند؛ تلاش می‌شود مشابهت محتوایی آن دو موضوع هم تایید شود. برای مثال اگر نام رئیس جمهوری کوروش، داریوش یا ابوالفضل باشد تلاش می‌شود با مشابهت‌سازی اسمی ویژگی‌های کوروش و داریوش هخامنشی یا ابوالفضل بنی‌هاشم به آن رئیس جمهور نسبت داده شود.

به همین ترتیب زمانی که داروخانه‌ای؛ «ابن سینا» یا «رازی»؛ بنگاه املاکی؛ «صداقت» یا «امانت» و کارخانه فرش «قالی سلیمان» نامیده شده؛ به نوعی به‌طور غیرمستقیم از همین روش تشابه اسمی استفاده شده است.

گفتار چهارم: نام‌باوری در قانون منع به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه

در این بخش ضمن بررسی روند تصویب قانون منع به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه در مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه‌های اجرایی مربوط به آن در هیئت دولت، از تجربه کارشناسان مجری این قانون و پیامدهای آن آگاه خواهیم شد.

خلاصه مذاکرات مجلس

طرح ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه در جلسات ۲۰؛ ۴۶ و ۴۷، در سال ۱۳۷۵ در مجلس مورد مذاکره نمایندگان قرار گرفته که خلاصه مهم‌ترین مطالب بیان شده در جلسات به شرح زیر است:

الف. جلسه بیستم به تاریخ - ۱۳۷۵/۶/۲۱

دستور کار جلسه: تصویب کلیات طرح ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه

رئیس کمیسیون ارشاد و هنر اسلامی - سید رضا تقوی: جهت استحضار مجلس محترم عرض کنم، اصل این طرح در دوره چهارم مجلس توسط جمعی از نمایندگان مطرح شد. عده‌ای

از آن‌ها در مجلس توسط جمعی از نمایندگان محترم مطرح شد، عده‌ای از آن‌ها در مجلس پنجم حضور دارند و عده‌ای از آن‌ها هم تشریف ندارند و از آن‌جایی که بنده هم از امضا کنندگان طرح هستم، این چند نکته را به‌طور اختصار عرض می‌کنم که هدف اصلی طراحان این طرح چه بوده است؟

یکی از اهداف مهم طراحان، توجه دادن جدی جامعه اسلامی به زبان و ادب فارسی و ارج نهادن به فارسی دوستان و آنانی که به نوعی در پاسداری از زبان در جای جای جهان نقش دارند و توجه دادن جامعه و فارسی دوستان به خطر جدی که این زبان را تهدید می‌کرده و تهدید می‌کند. هدف بعدی که داشتند، بها دادن به زبان فارسی و قدردانی از کسانی که در گفته‌ها و نوشته‌ها و مصاحبه‌ها در ترویج و صیانت از آن همت می‌گمارند و تلاش می‌کنند. از آن‌جایی که در جامعه ما بسیاری از کسانی که خودشان را اهل فضل و ادب می‌دانند، سعی می‌کردند با به‌کارگیری کلمات غیر ایرانی و غیر اسلامی به نوعی به شنوندگان القا کنندگان که ما اهل فضل و ادبیم، در مصاحبه‌ها، در نوشته‌ها سعی می‌کردند کلمات فرنگی و غربی و شرقی به‌کار ببرند، در حالی که معادل خوب فارسی داشتیم و داریم تا آن‌جایی که بسیاری از مقامات ما هم اثر گذاشته بود و حتی بعضاً شنیده شد که در بعضی از خطبه‌های نماز جمعه‌ها هم این کلمات رسوخ پیدا کرد و بعضی از ائمه محترم جمعه هم از به‌کارگیری آن‌ها، احساس تلخی و سختی نمی‌کردند. این است که خواستند توجه بدهند که زبان فارسی را باید قدر و پاس بداریم و کلمات و اصطلاحات بیگانه که به مرور و به تدریج باعث نابودی زبان فارسی خواهد بود، ارزش ندانیم.

مطلب بعدی پالایش تولیدات کشور پهناور جمهوری اسلامی از اسامی و عناوین پر زرق و برق فرنگی و غربی که شما ملاحظه می‌فرمایید در بسیاری از جاها، جنس خوب تولید داخل کشور ولی به خاطر این که جلب مشتری بیشتری بکند، اسم آن را فرنگی و انگلیسی با خط‌های گوناگون می‌نویسند که بیننده یا مشتری جلب توجه بیشتری بکند و این فرهنگ غلط کم‌کم در جامعه ما دارد جا می‌افتد و روی اجناسی که کلمات خارجی است، بیشتر مشتری می‌پسندد و این طرح را خواستند به جامعه مسلمانان و فارسی‌زبانان بگویند که بهترین و کهن‌ترین و غنی‌ترین زبان را ما داریم، باید کسانی هم که با این زبان تکلم می‌کنند در تولیدات خودشان به این زبان افتخار کنند و این زبان را ترویج کنند و به جوامع دیگر غیر اسلامی و غیر ایرانی القا کنند و همچنین منزله کردن خیابان‌ها و فروشگاه‌ها. شما اگر تشریف ببرید در خیابان مثلاً ولی عصر تهران، اکثر تابلوهای خیابان‌ها و یا علامت‌های خیابان‌ها پر است از کلمات انگلیسی و

غربی در انواع فروشگاه‌ها، فروشگاه‌های تخصصی، فروشگاه‌های خوراکی، پوشاک، همه این‌ها برای این که به اصطلاح این مطلب دارد جا می‌افتد که جنس و اسم فرنگی ارزش بیشتری دارد. خواستند به جامعه ما توجه بدهند، بهترین خط، خط فارسی در انواع مختلفش را داریم و بهترین کلمات و واژه‌ها را داریم. ان‌شاءالله جامعه برای به کارگیری کلمات زبان فارسی تشویق بشود... اصل بحث این است که همه ما، مقامات کشوری و رادیو و تلویزیون، مجلس، باید زبان فارسی را پاس بداریم تا ان‌شاءالله مردم همه به تاسی از بزرگان و رجالشان در ترویج بیشتر این زبان کوشا باشند و تلاش کنند و متولی اصلی این مطلب هم، فرهنگستان زبان و ادب فارسی است و تمام کسانی که در این رشته تخصص دارند، موظفند با فرهنگستان همکاری کنند و پس از این هم که کلمه‌ای مورد تصویب فرهنگستان قرار گرفت همه موظفند از صدا و سیما تا بقیه جاها آن کلمه را به کار گیرند و از کلمه خارجی آن اجتناب کنند.

منشی (باهنر) - اولین مخالف، آقای محبوب هستند، بفرمایید.

علیرضا محبوب: من چون این طرح و تصویب آن را یک اقدام تند می‌بینم و سبب خواهد شد که ملی‌گرایی بیش از اندازه پا بگیرد. ما باید توجه داشته باشیم بنا نداریم که در مراکز فرهنگی مان، در مراکز دانشگاهی مان، بیاییم زمینه بدهیم و زمینه‌هایی را باز بکنیم برای اوج‌گیری ملی‌گرایی در شرایطی که رهبر معظم و مرز انقلاب، تاکید دارند بر توسعه فرهنگ اسلامی....

من توصیه ام به طراحان محترم و به کمیسیون محترم این است که این طرح را خفیف کند و خفیف شده اش و آن مقداری را که قابلیت اجرایی دارد و بلکه در محیط‌های آموزشی اول اعمال بشود.

منشی (باهنر) - اولین موافق آقای رمضان پور هستند، بفرمایید.

احمد رمضان پور نرگسی: خوشبختانه زبان فارسی یکی از زبان‌هایی است که معادل واژه آن در زبان‌های خارجی خیلی راحت پیدا می‌شود به وفور این معادل‌گیری در زبان‌های خارجی است. حالا چه ضرورتی کرده که واقعاً ما بیاییم از این فرهنگ ملی که داریم از این ماهیات ملی که داریم، این را نادیده بگیریم پناه به غرب ببریم، پناه به شرق ببریم...

رییس - مخالف بعدی را دعوت بفرمایید. منشی (باهنر) - آقای نورا بفرمایید.

عباسعلی نورا: ... این ماده واحده نیاز ندارد، باید ما کار فرهنگی بکنیم با کار فرهنگی نمی‌توانیم مردم را جریمه کنیم.

رییس - موافق را دعوت کنید. منشی (باهنر) - آقای حشمتیان بفرمایید.

قدرت علی حشمتیان: ... من تقاضا می‌کنم وقتی که عزیزان رای موافق قاطع دادند، پیگیری هم بشود. چند روز پیش با یک نفر از نمایندگان محترم کرمانشاه در همین خیابان بهارستان حرکت می‌کردیم، برخورد کردیم به ساختمانی به اسم ساختمان پرچم. در بالای ساختمان، پرچم تمام کشورهای بیگانه از جمله آمریکا را هم نصب کرده بودند. مگر ما نمی‌گوییم پرچم آمریکا فقط برای لگدمال شدن است، پس چرا باید روی پشت بام نصب بشود؟ من تقاضا می‌کنم تمام اصلاحات بیگانه قاطعانه در فرهنگ غنی ما حذف شود و عزیزان هم به این ماده و طرح رای موافق بدهند.

منشی (باهنر) - آقای سید رضا تقوی موافق بعدی هستند، بفرمایید.

سید رضا تقوی: روح طرح ناظر بر فرهنگ عمومی جامعه است. یعنی پاکسازی کوچه و خیابان و تابلوهای مغازه‌ها و این‌گونه موارد. لباس‌هایی که جوانان ما می‌گیرند و می‌پوشند، کیف‌های بچه‌های مدرسه واژه‌ها و اصطلاحات بیگانه را با زبان بیگانه بر آن نقش می‌زنند که گاهی شده خانواده‌ای رفته از مغازه‌ای لباس بخرد حتی یک پیراهن یا یک لباس مناسب که جمله فارسی روی آن نوشته شده باشد پیدا نکرده، همه واژه‌ها و اصطلاحات بیگانه بوده است. واقعاً فرهنگ عمومی جامعه را دارد این هجمه اصطلاحات بیگانه خدشه دار می‌کند و می‌دانیم که این محیط هم محیط بسیار حساسی است و اصلاً برای محیط‌های علمی در این طرح فکر شده معنی آن این نیست که این طرح اگر تصویب بشود دیگر پزشکان و مهندسی‌ها در مراکز علمی نمی‌توانند این واژه‌ها را استعمال کنند...

رئیس - دولت موافق است مخبر کمیسیون بفرمایید.

علی زادسر (مخبر کمیسیون ارشاد و هنر اسلامی): ضمن تشکر از موافقین محترم، فرمودند که برای تولیدکنندگان ایجاد مشکل می‌کند که حاج آقا تقوی هم فرمودند هیچ مشکلی ایجاد نمی‌کند تا فرهنگستان زبان و ادب فارسی راه‌های مقابله و پادزهرش را تهیه نکند مشکلی برای هیچ تولیدکننده‌ای بوجود نمی‌آورد و در قانون آمده که حتماً ملاحظه فرماید. گفتند که ملی‌گرایی را تقویت می‌کند، اصل این جور نیست. اصل هر ملتی در توجه به پاسداری از آن باعث تقویت ملی‌گرایی در مقابل دین و اعتقادات نیست. ضمن این که رهبر عظیم‌الشان انقلاب اخیراً فرمودند که: تقویت و گسترش ترویج زبان فارسی با ناسیونالیسم و ملی‌گرایی تفاوت کلی دارد و به هیچ وجه ملی‌گرایی نخواهد بود...

رئیس - خیلی متشکر، حضار ۱۸۳ نفر، نمایندگان محترمی که با کلیات این طرح (طرح

ممنوعیت به کارگیری اسامی و عناوین و اصطلاحات بیگانه (موافق هستند قیام بفرمایند) اکثراً برخاستند (تصویب شد .

ب. جلسه چهل و ششم - ۱۳ آذر ماه ۱۳۷۵

در ماده واحده، آقای عباسی پیشنهاد کرده‌اند که از متن ماده واحده کلمه « نامأنوس » حذف شود.

رییس - آقای عباسی بفرماید.

عباس عباسی: من برای حضور ذهن بیشتر و مجدد نمایندگان محترم، بخشی از این ماده واحده را می‌خوانم:

ماده واحده - به منظور حفظ قوت و اصالت زبان فارسی به عنوان یکی از ارکان هویت ملی ایران و زبان دوم عالم اسلام و معارف و فرهنگ اسلامی دستگاه‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌ها و شرکت‌ها و مؤسسات دولتی و کلیه شرکت‌هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی بر آنها مستلزم ذکر نام است و تمامی شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مذکور در بند "د" تبصره (۲۲) قانون برنامه دوم توسعه موظفند از به کار بردن کلمات و واژه‌های نامأنوس بیگانه در گزارش‌ها و مکاتبات، سخنرانی‌ها...

عرض من این است که این کلمه " نامأنوس " اگر هم چنان بماند، اصلاً این طرح را تقریباً فاقد اعتبار می‌کند. نامأنوس یعنی چه و برای چه کس و تا چه وقت؟ هر جمله و هر واژه‌ای در بدو امر نامأنوس است. اما پس از مدتی محاوره و به کارگیری آن در مکاتبات و سخنرانی‌ها مأنوس می‌شود. وقتی ما می‌خواهیم کلمات بیگانه (که منهای عربی منظور است) به کار برده نشود و مورد استفاده قرار نگیرد، دیگر مأنوس و نامأنوس ندارد. چه کسی می‌تواند مأنوس را از نامأنوس تشخیص بدهند؟ و اصلاً عرض کردم به مرور زمان کلماتی در صورت به کارگیری مأنوس می‌شوند و در صورت عدم به کارگیری نامأنوس می‌شوند...

بنابراین منظور این است که اصلاً از کلمات بیگانه یعنی منهای عربی، باز تاکید می‌کنم عربی زبان دینی ماست، به عنوان کلمات و واژه بیگانه و زبان بیگانه برای ما تلقی نمی‌شود. زبان دین، نماز، قرآن و دعای ماست. یعنی منهای عربی، می‌خواهیم به جای همه آن‌ها فارسی باشد یا عربی مصطلحی باشد. به هر جهت این " نامأنوس " که اینجا آمده (از به کار بردن کلمات و واژه‌های نامأنوس) این (نامأنوس) حذف می‌شود و به این صورت می‌شود: «از به کار بردن کلمات و واژه‌های بیگانه در گزارشات، مکاتبات، سخنرانی و مصاحبه‌های رسمی خودداری کنند» اصلاً

استعمال و استفاده از واژه‌ها و کلمات بیگانه ممنوع باشد. دیگر مأنوس و نامأنوس در کار نباشد.

منشی (غفوری فرد) - موافق، آقای محجوب، بفرماید.

علیرضا محجوب: وقتی می‌نویسید «بیگانه و نامأنوس» این کار را گم می‌کنید و امکان می‌دهید هر جور که می‌خواهند با این روبرو بشوند و عمل نکنند. لذا اختیار را در آن‌جا داده‌اید به کسانی که به نظر ما این‌طور می‌رسد (همین‌طور که ایشان فرمودند و درست هم فرمودند) در جهت قلع و قمع فرهنگ اسلامی و بعضی لغت‌هایی که خیلی هم سابقه و ریشه دارد و اصلاً معلوم نیست که از فارس بیرون باشد، به عنوان نامأنوس می‌شود از فارسی بیرون کشید و کنار گذاشت و در ازای آن بعضی لغت‌هایی را وضع کرد که اصلاً برای سه، چهار نسل لازم است که آن لغت‌ها مأنوس بشوند.

رییس - نماینده دولت بفرماید.

میرسلیم (وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی): اگر ما واژه نامأنوس را گذاشتیم خود ما در این طرح آمده‌ایم موجبات این وهم را فراهم آورده‌ایم که بسیاری از این واژه‌ها که وارد زبان فارسی شده است و مأنوس شده اشکالی ندارد، در حالیکه اشکال دارد. خود این مأنوس شدن یعنی هجوم فرهنگی اثر خودش را گذاشته. پس اگر می‌خواهید در طرح یک مقابله‌ای با این هجوم صورت گرفته باشد، به نظر من خوب است که با رودر بایستی برخورد نکنیم. احتیاج هم به این واژه نامأنوس اینجا واقعاً نیست و حذفش هم ضربه‌ای به طرح نمی‌زند.

رییس: عبارت را باید بگوییم «موظفند که از به کار بردن کلمات و واژه‌های نامأنوس بیگانه» این «نامأنوس» حذف می‌شود و می‌شود «واژه‌های بیگانه». حضار ۱۸۴ نفر، موافقین با حذف این کلمه قیام بفرمایند (اکثر برخاستند)، تصویب شد.

پ. جلسه چهل و هفتم - ۱۴ آذر ماه ۱۳۷۵

منشی (موحدی ساوجی) - مثل این که کمیسیون کار باز هم یک پیشنهاد دیگری در همین ماده واحد دارد. آقای محجوب بفرماید.

علیرضا محجوب (عضو کمیسیون کار و امور اجتماعی): بسم الله الرحمن الرحیم. در سطح آخر ماده واحد اگر دقت بفرمایید یک تناقضی در به کارگیری واژه به چشم می‌خورد. اگر دقت بفرمایید گفته شده که: «از به کار بردن کلمات و واژه‌های بیگانه در گزارش‌ها و مکاتبات و سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها رسماً خودداری کنند و همچنین استفاده از این واژه بر روی کلیه تولیدات داخلی اعم از بخش دولتی و غیردولتی که در داخل کشور عرضه می‌شود ممنوع است».

ببینید! اصطلاح «ممنوع» یک بار سنگین تر و غلیظ‌تری دارد در حالی که مسأله نشر لغت بیگانه از طریق تولیدات انجام نمی‌گیرد از طریق سخنرانی‌ها و گفته‌ها و اقدامات فرهنگی در وهله اول انجام می‌گیرد. در اصل این ماده (حالا در تبصره‌هایش هم حرف خواهیم زد) این همه به تولید و تولیدکننده حمله شده ... یک فیلم را تلویزیون نشان می‌دهد، طرف می‌رود عکسش را در روی سینه می‌زند! ما تلویزیون را رها می‌کنیم، یقه کسی که این عکس را زده خواهیم گرفت. ممنوعیتش برای این است ولی توصیه‌اش مربوط به کس دیگری است. او که فرهنگ را نشر کرده خودداری کند، آن که تبعات این فرهنگ است برای او ممنوع است! این نمی‌شود، پیشنهاد ما این بوده که فقط لفظ «خودداری» در آخر استفاده بشود. اگر خودداری است برای همه خودداری باشد. این که برای تولیدکننده از یک واژه غلیظی استفاده بشود، این به نظر ما خدشه و حمله به تولید و تولیدکننده است.

منشی (موحدی ساوجی): پیشنهاد دوم کمیسیون کار و امور اجتماعی این است که در سطر نهم ماده واحده «ممنوع می‌باشد» حذف بشود و به جایش «خودداری» جایگزین گردد. یعنی عبارت این‌طور می‌شود: «و همچنین استفاده از واژه‌ها بر روی کلیه تولیدات داخلی اعم از بخش‌های دولتی و غیردولتی که در داخل کشور عرضه می‌شود خودداری گردد».

نایب رئیس - حضار ۱۸۱ نفر، نمایندگان محترمی که با این پیشنهاد موافق هستند قیام بفرمایند (عده کمی برخاستند) تصویب نشد.

تحلیل مذاکرات مجلس

۱. آنچه از مشروح مذاکرات مجلس در مورد این طرح استنباط می‌شود این است که نمایندگان مجلس و دولت بیشتر از هر چیز دغدغه پالایش زبان فارسی از زبان بیگانه (البته به جز زبان عربی) را داشته‌اند و هدف پیشنهاد دهندگان اصلی طرح در مجلس چهارم برطرف کردن نگرانی رهبر انقلاب در مورد هجوم زبان بیگانه به زبان فارسی بوده است.

بنابراین داشتن رویکرد فرهنگی به موضوع و ارائه دلایل لازم در خصوص نیاز و ضرورت فرهنگی این کار به موضوعی حاشیه‌ای تبدیل شده است. در همین راستا و همان‌طور که برخی نمایندگان تذکر دادند موضوع به کارگیری یا عدم به کارگیری کلمات بیگانه بیش از هر چیز یک مسأله فرهنگی است و ضروری است با رویکرد فرهنگی (نه حقوقی) تعیین تکلیف شود. اما متأسفانه این تذکر توسط اکثریت نمایندگان مجلس پذیرفته نشد و طرحی تصویب شد که بدون در نظر گرفتن شرایط و الزامات فرهنگی درصدد بود تا از کانال حقوقی و با تصویب یک قانون به خواست‌های

مطرح شده در مورد منع به کارگیری اسامی بیگانه جامع عمل بیوشاند.

مصاحبه‌های محقق با اهالی حوزه چاپ نشان داد چاپخانه‌داران و تولیدکنندگان این قانون را به دلیل عدم توجه به ویژگی‌های فرهنگی جامعه به عنوان یکی از عوامل افزایش تخلف می‌دانستند. آن‌ها معتقد بودند علاقه و گرایش مردم به کالا و اجناس خارجی باعث می‌شود که تولیدکنندگان هم از برند، خط و زبان انگلیسی بیشتر استفاده کنند و این وضعیت با چسبیدن به قوانین سخت‌گیرانه حل نخواهد شد. برای مثال رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) معتقد بود: قانون ۳۰-۷۰ بدون در نظر گرفتن فرهنگ و شرایط اجتماعی تدوین شده و به این نکته فرهنگی بی‌توجه است که مردم بیشتر خواهان جنس خارجی هستند و تا ما کار را از جای دیگری درست نکنم تصویب چنین قوانینی به گسترش تخلف می‌انجامد. زیرا وضع بازار کساد است و تعداد چاپخانه‌ها بسیار زیادتر در نتیجه اگر یک چاپخانه از چاپ سفارش غیرقانونی خودداری کند چندتای دیگر حاضرند آن را چاپ کنند چون کار ندارند. (مصاحبه تلفنی ۹۶/۹/۲۶) در همین راستا ابراهیمی (معاون دفتر امور چاپ) می‌گوید عمده تخلفاتی که امروزه در حوزه نظارت بر کالا و خدمات چاپی در سه دسته قرار می‌گیرد: ۱. استفاده از نام تجاری غیرفارسی یا نام‌هایی که براساس مقررات موجود منع قانونی دارند. برای مثال ممکن است یک شرکت از نام انگلیسی برای برند و محصول جدید خود استفاده کند و یا ممکن است از نامی استفاده کند که طبق مصوبات موجود در آن منطقه خاص ممنوع است. ۲. تخلفات مربوط به جعل و تقلب که می‌تواند شامل حال محصولات داخلی یا خارجی باشد. از چاپ روی تیوپ خمیردندان و قوطی اسپری تا تهیه جعبه محصولات KFC و هر نوع کار تقلبی دیگر. لازم به ذکر است این نوع تخلف به ویژه در حوزه لوازم بهداشتی، خوراکی و لوازم یدکی بسیار گسترده است. ۳. تخلف از رعایت تناسب نوشتار فارسی با زبان بیگانه. قانون ۳۰-۷۰. (جلسه دفتر امور چاپ ۹۶/۷/۱۲)

به‌طور خلاصه باید گفت قوانین سخت‌گیرانه و غیرضروری مانند قانون عدم به کارگیری اصطلاحات بیگانه یا دستورالعمل رعایت اندازه قلم باعث شده که دورزدن‌ها و رفتارهای ناصادقانه‌ای شکل بگیرد. برای مثال تولیدکننده‌ای ادعا می‌کند کالایش صادراتی است تا قوانین را رعایت نکند درحالی که در اصل کالایش در داخل توزیع می‌شود. تولیدکننده دیگری نام فارسی را در پشت کالا و نام انگلیسی را در روی بسته‌بندی جنس قرار می‌دهد. برخی تولیدکنندگان هم شرکتی را در یکی از کشورهای همسایه ثبت می‌کنند تا ملزم به رعایت این قانون و قوانین مشابه نباشند.

۳. بررسی مذاکرات نشان می‌دهد پیامدهای این طرح بر تولید و کسب و کار مردم اهمیت ثانویه داشته است. به همین دلیل تذکر کاملاً درستی که، توسط یکی از نمایندگان مجلس، در مورد پیامدهای منفی استفاده از کلمه «ممنوع» در این قانون بر تولید و کسب و کار خواهد داشت به خوبی شنیده نمی‌شود. در نتیجه این قانون در طول مدت اجرای آن، به یکی از موانع تولید و کسب و کار تبدیل شده و انتخاب نام برای واحدهای اقتصادی و فرهنگی اعم از مؤسسات، شرکت‌ها، کارخانه‌ها و... به یکی از موانع کسب و کار تبدیل شده است. ابوالحسنی (عضو هیأت مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) در این مورد می‌گوید: قوانین دست و پاگیر که برای حفظ ارزش‌ها بوده بیشتر به ارزش‌ها ضربه زده است. نباید قوانینی بگذاریم که مانع بازاریابی و کسب و کار شود. قوانین زیاد و تعریف جرم‌های متعدد در نهایت همه جامعه را مجرم خواهد کرد. (مصاحبه در محل اتحادیه چاپخانه‌داران تهران ۹۶/۷/۲۲)

تحلیل قانون، آیین‌نامه و دستورالعمل ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه

الف. قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه (۱۳۷۵ مصوبه مجلس) ماده واحده - به منظور حفظ قوت و اصالت زبان فارسی به عنوان یکی از ارکان هویت ملی ایران و زبان دوم عالم اسلام و معارف و فرهنگ اسلامی، دستگاه‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات دولتی و کلیه شرکت‌هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی بر آنها مستلزم ذکر نام است و تمامی شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مذکور در بند (د) تبصره (۲۲) قانون برنامه دوم توسعه موظفند از به کار بردن کلمات و واژه‌های بیگانه در گزارش‌ها و مکاتبات، سخنرانی‌ها و مصاحبه‌های رسمی خودداری کنند و همچنین استفاده از این واژه‌ها بر روی کلیه تولیدات داخلی اعم از بخش‌های دولتی و غیردولتی که در داخل کشور عرضه می‌شود ممنوع است.

تبصره ۱- فرهنگستان زبان و ادب فارسی باید بر اساس اصول و ضوابط مصوب خود برای واژه‌های مورد نیاز با الویت واژه‌هایی که کاربرد عمومی دارند رأساً یا با همکاری مراکز علمی واژه‌گزینی و یا واژه‌سازی کند و هر شش ماه یک‌بار گزارش فعالیت‌های خود را به کمیسیون فرهنگ و ارشاد اسلامی و وسایل ارتباط جمعی و حسب مورد سایر کمیسیون‌های مجلس شورای اسلامی تقدیم نماید.

تبصره ۲- واژه‌هایی که فرهنگستان زبان و ادب فارسی وضع معادل را برای آنها ضروری

نمی‌داند و نیز کلماتی که هنوز واژه فارسی معادل آن‌ها از سوی فرهنگستان به تصویب نرسیده است از شمول این قانون مستثنی است .

تبصره ۳- فرهنگستان‌های علوم و علوم پزشکی دستگاه‌های آموزشی و پژوهشی، دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌های علمی و فرهنگی مکلفند در زمینه واژه‌گزینی و واژه‌سازی تخصصی اقدام کنند و واژه‌های پیشنهادی خود را به تصویب فرهنگستان زبان و ادب فارسی برسانند .

تبصره ۴- در مواردی در فرهنگستان زبان و ادب فارسی در زمینه واژه‌گزینی و واژه‌سازی تخصصی خواستار همکاری دستگاه‌ها و مراکز علمی، آموزشی، صنعتی و فرهنگی باشد، این دستگاه‌ها و مراکز موظفند با فرهنگستان همکاری کنند .

تبصره ۵- کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و اماکن تولیدی و خدماتی و تجاری موظفند ظرف مدت دو سال از تاریخ ابلاغ این قانون اسامی تولیدات و ظرف مدت یک سال نام اماکن خود را به نام‌ها و واژه‌های غیربیگانه برگردانند .

تبصره ۶- چاپخانه‌ها، مراکز طبع و نشر، روزنامه‌ها و سایر مطبوعات مکلف به رعایت این قانون هستند و در صورت تخلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است مطابق تبصره هشتم همین قانون با آن‌ها رفتار کند .

تبصره ۷- صداوسیما جمهوری اسلامی ایران موظف است از به کارگیری واژه‌های نامأنوس بیگانه خودداری کند و ضوابط دستوری زبان فارسی معیار را رعایت نماید، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و کلیه دستگاه‌های مذکور در ماده واحده موظفند واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پس از ابلاغ در تمامی موارد به کار ببرند .

تبصره ۸- تولید و توزیع کنندگان کالاها و صاحبان مراکز کسب و پیشه در صورت تخلف از این قانون به ترتیب به مجازات‌های زیر محکوم خواهند شد:

الف - اخطار کتبی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی .

ب - تعویض علائم و نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین پس از اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط وزارت کشور یا دستگاه‌های ذی‌ربط با هزینه متخلف .

ج - لغو پروانه کار .

تبصره ۹- نیروی انتظامی موظف است از نصب و استفاده از علائم به زبان و خط بیگانه توسط مراکز تولید، توزیع و صنوف جلوگیری نماید .

تبصره ۱۰- آیین‌نامه اجرایی این قانون ظرف مدت دو ماه پس از تصویب با پیشنهاد کمیسیون

فرهنگی دولت به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید .

قانون فوق مشتمل بر ماده واحده و ده تبصره در جلسه علنی روز چهارشنبه مورخ چهاردهم آذر ماه یکهزار و سیصد و هفتاد و پنج مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۷۵/۹/۲۸ به تأیید شورای نگهبان رسیده است .

رئیس مجلس شورای اسلامی - علی اکبر ناطق نوری

تذکر: قانون فوق در تاریخ ۱۳۹۴/۱۱/۱۴ مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفته که اصلاحات انجام شده به شرح زیر است:

هیأت وزیران در جلسه ۱۳۹۴/ ۱۱/ ۱۴ به پیشنهاد شماره ۶۲۲۹۵ / ۱ مورخ ۱۳۹۴/ ۵/ ۸ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به استناد تبصره (۱۰) ماده واحده قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه - مصوب ۱۳۷۵ - تصویب کرد:

آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۶۹۴۱/ت/۱۷۷۸۸ هـ مورخ ۱۳۷۸/ ۴/ ۱۴ - مصوب ۱۳۷۸ - و اصلاحات بعدی آن به شرح زیر اصلاح می‌شود:

۱. در ماده (۶) واژه «خدمات»، «بعد از واژه «نام‌گذاری» و عبارت «با درج معنا و خاستگاه» بعد از عبارت «مربوط» اضافه می‌شود.

۲. در ماده (۷)، عبارت «خدمات یا» بعد از واژه «خاص» اضافه می‌شود.

۳. ماده (۱۰) به شرح زیر اصلاح می‌شود:

ماده ۱۰- فرهنگستان موظف است با همکاری دستگاه‌های مشمول این آیین‌نامه به منظور زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه تا سه سال واژه‌های بیگانه‌ای را که در دستگاه‌های یادشده به کار می‌رود به معادل فارسی تبدیل کند.

۴. تبصره ماده (۱۲) به شرح زیر اصلاح می‌شود:

تبصره - به منظور رعایت حقوق مکتسبه و حمایت از تولیدکنندگان داخلی و صادرکنندگان، ادامه فعالیت واحدها، ارائه خدمات و تولید کالاهایی که قبلاً با نام غیرفارسی، پروانه یا مجوز گرفته‌اند منوط به موافقت شورای موضوع ماده (۱۷) این آیین‌نامه است.

۵. تبصره ماده (۱۴) به شرح زیر اصلاح می‌شود:

تبصره- در مواردی که کاربرد خط غیرفارسی به تشخیص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ضرورت داشته باشد، تا یک سوم اندازه خط فارسی بلامانع است.

۶. ماده (۱۷) به شرح زیر اصلاح می‌شود:

ماده ۱۷- به منظور هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط در انجام تکالیف مشخص شده در قانون و این آیین‌نامه و رفع مشکلات اجرایی، شورای هماهنگی پاسداشت زبان فارسی به ریاست وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان تام‌الاختیار وزرای کشور، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، صنعت، معدن و تجارت، امور اقتصادی و دارایی و رؤسای سازمان‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ثبت اسناد و املاک کشور و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و فرمانده نیروی انتظامی، شهردار تهران و رییس فرهنگستان تشکیل خواهد شد. تصمیمات شورا حسب مورد برای اجرا یا تصمیم‌گیری مراجع قانونی ذی‌ربط ارسال می‌گردد.

تبصره- در صورت لزوم نمایندگان سایر دستگاه‌های ذی‌ربط با دعوت رییس شورا در جلسات حضور می‌یابند.

اسحاق جهانگیری: معاون اول رییس جمهور

ب. آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه - مصوب ۱۳۷۸/۲/۱۹ مصوب هیأت وزیران

ماده ۱- تعاریف اصطلاحات و واژه‌های استفاده شده در این آیین‌نامه به شرح زیر می‌باشد:

الف - قانون: قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب ۱۳۷۵

ب- فرهنگستان: فرهنگستان زبان و ادب فارسی.

ج- اسم خاص: اسمی است که برای نامیدن شخص معین یا جایی معین یا چیز معین به کار می‌رود.

د- روزنامه و سایر مطبوعات: نشریه‌های نوشتاری یا به صورت‌های دیگر که به‌طور مستقیم یا نام‌ثابت و تاریخ و شماره ردیف، در زمینه‌های گوناگون براساس قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴/۱۲/۲۲ مجاز به انتشار می‌باشند.

ه- گزارش‌ها و مکاتبات: گزارش‌ها و نامه‌های رسمی که با امضای مسئولان دستگاه‌های مندرج در قانون ارسال می‌شوند.

و. سخنرانی و مصاحبه رسمی: سخنرانی و مصاحبه رؤسای قوای سه‌گانه وزیران، معاونان رییس جمهور، رؤسای دیوان عالی کشور و دیوان عدالت اداری، دادستان کل کشور، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، فرماندهان ستادهای مشترک سپاه پاسداران و ارتش و فرماندهان نیروی‌های پنجگانه سپاه پاسداران و نیروهای سه‌گانه ارتش و فرمانده نیروی انتظامی، معاونان

وزیران، رؤسای دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی، رؤسا، معاونان و مدیران کل سازمان‌های دولتی و افراد هم‌تراز آنان.

ماده ۲- دستگاه‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌های وابسته به آن‌ها و شرکت‌های زیر پوشش وابسته یا تابعه و شرکت‌های دولتی، ملی شده و یا مصادره شده یا دارای مدیریت دولتی که به نحوی زیر پوشش یکی از وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های دولتی اداره می‌شوند و یا به نحوی از انحاء از بودجه عمومی کل کشور استفاده می‌کنند یا قسمتی از بودجه آنان را دولت تامین می‌کند و مؤسسه‌ها و شرکت‌هایی که شمول مقررات بر آن‌ها مستلزم ذکر نام است مانند سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، شرکت مخابرات ایران، شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و همچنین شهرداری‌ها و مؤسسه‌ها و نهادهای عمومی موضوع تبصره ذیل ماده (۵) قانون محاسبات عمومی، مشمول قانون و این آیین‌نامه می‌باشند.

ماده ۳- مقامات مذکور در ماده (۱) و دستگاه‌های موضوع ماده (۲) این آیین‌نامه موظفند الفاظ و واژه‌های بیگانه را در گزارش نویسی، نامه‌نگاری، سخنرانی و مصاحبه‌های رسمی به کار نبرند.

ماده ۴- آن دسته از کلمات عربی و همچنین بعضی از واژه‌های متعلق به سایر زبان‌ها که از دیرباز در زبان فارسی رواج یافته و هم‌اکنون جزئی از زبان فارسی محسوب می‌شود یا واژه‌ها و اصطلاحات عربی برگرفته از متون و معارف فرهنگ اسلامی که با بافت زبان فارسی معیار هم‌خوانی و تناسب داشته باشد واژه بیگانه تلقی نمی‌شود.

ماده ۵- مکاتبات و آگهی‌هایی که دستگاه‌های موضوع ماده ۲ برای مخاطبان غیر ایرانی تهیه می‌کنند از شمول این آیین‌نامه خارج است.

ماده ۶- افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی با گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند، مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در نام‌گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط به خود در همان مناطق استفاده کنند.

ماده ۷- تبدیل نام‌های خاص محصولات ساخت کشورهای دیگر به زبان فارسی الزامی نیست و تغییر اسامی مؤسسه‌هایی که این نوع محصولات را عرضه می‌کنند ضرورت ندارد.

ماده ۸- کالاهای صادراتی، مشروط به این که در داخل کشور توزیع نشود، از شمول قانون و این آیین‌نامه خارج است.

ماده ۹- عبارت‌های شامل الفاظ بیگانه که در نوشته‌ها یا سخنان موضوع قانون و این آیین‌نامه به

لحاظ رعایت امانت در نقل قول یا بیان خصوصیات و مقتضیات تاریخی و اجتماعی و آموزشی ذکر آن‌ها ضرورت دارد از شمول قانون و این آیین‌نامه مستثنی هستند.

ماده ۱۰- دستگاه‌های اصلی مذکور در ماده (۲) این آیین‌نامه موظفند به منظور زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه با تشکیل شورای حفظ و ترویج زبان فارسی، به ریاست نماینده بالاترین مقام آن دستگاه، ضمن هماهنگی و ارتباط با فرهنگستان نسبت به شناسایی و اعلام واژه‌های بیگانه که در آن دستگاه و واحدهای وابسته به آن به کار می‌رود و پیشنهاد معادل فارسی آن به فرهنگستان و یافتن راه‌های ترویج معادل‌های فارسی تصویب شده توسط فرهنگستان در دستگاه متبوع خود اقدام کنند.

ماده ۱۱- صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران موظف است با ایجاد واحد مناسب در تشکیلات فعلی خود ضمن زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه با جدیت از به کارگیری واژه‌های نامأنوس بیگانه خودداری کند و ضوابط دستور زبان فارسی معیار را در کلیه برنامه‌های خود رعایت نماید. صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ملزم است واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پس از ابلاغ در تمامی موارد به کار برد.

ماده ۱۲- دستگاه‌های یاد شده در ماده (۲) این آیین‌نامه که به کارگاه‌ها، کارخانه‌ها، اماکن تولیدی و تجاری و خدماتی پروانه تأسیس و پروانه کسب یا بهره‌برداری یا اجازه تولید و ادامه فعالیت می‌دهند موظفند پیش از صدور پروانه و اجازه تولید و ادامه فعالیت به متقاضیان ابلاغ کنند تا نسبت به تغییر نام مؤسسه یا محصولات خود و گزینش نام فارسی اقدام کنند.

تبصره- ذکر نام قبلی مکان‌ها و محصولات در کنار نام جدید آن‌ها (بین دو کمان) حداکثر تا مدت دو سال مجاز است.

ماده ۱۳- (اصلاحی ۱۳۷۹/۲/۷) - کلیه روزنامه‌ها و نشریه‌های فارسی زبان موظفند مفاد قانون را در کلیه مطالب خود از جمله آگهی‌ها رعایت کنند. بدیهی است در مورد آگهی‌های خارجی مانند مناقصه‌های بین‌المللی که باید به زبان خارجی چاپ و منتشر شوند، طبق مقررات مربوط اقدام خواهند کرد.

ماده ۱۴- استفاده از تابلو یا نوشته‌ها یا نشانه‌هایی که منحصرأً به خط غیر فارسی تنظیم شده باشد به استثنای نشانه‌های بین‌المللی ممنوع است. نیروی انتظامی موظف است از نصب و ادامه استفاده از آن‌ها جلوگیری کند.

تبصره: استفاده از خط بیگانه برای معادل‌نویسی اسامی، عنوان‌ها و عبارت‌های فارسی بر روی

تولیدات داخلی، بسته‌بندی کالاها، اماکن، هرگونه اعلان، اوراق تبلیغاتی، آگهی‌ها، تابلوهای تبلیغاتی و سردر مغازه‌ها، خودروها و دیگر موارد، برای معرفی و یا بیان کاربری کالا و خدمات، تنها در صورتی مجاز است که اندازه خطی بیگانه به لحاظ تناسب، یک سوم (۱/۳) خط فارسی باشد.

ماده ۱۵- چنانچه بر سر فارسی بودن یک نام میان صاحب مؤسسه و دستگاه‌های مجری اختلاف نظر پدید آید، مرجع تشخیص فرهنگستان خواهد بود که به درخواست دستگاه‌های مجری نظر خود را اعلام خواهد کرد.

تبصره - فرهنگستان موظف است ظرف سه ماه از تاریخ وصول استعلام، نظر خود را اعلام نماید، در هر حال تا زمانی که فرهنگستان اعلام نظر نکرده است مجازات‌های موضوع تبصره (۸) قانون اعمال نخواهد شد.

ماده ۱۶- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در صورت اطلاع یا مشاهده تخلف از مفاد ماده (۱۲) این آیین‌نامه طی اخطاریه به متخلف ضمن بیان مورد یا موارد تخلف، ۱۵ روز مهلت تعیین می‌کند تا رفع تخلف صورت گیرد چنانچه پس از پایان مدت مذکور، تخلف رفع نشده باشد مراتب را به حوزه انتظامی محل اعلام می‌نماید تا نسبت به تعویض نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین اقدام لازم به عمل آید. در صورت تکرار تخلف مراتب از طریق مراجع قضایی برای اعمال مجازات‌های بند (ج) و (د) تبصره (۸) قانون منعکس خواهد شد.

ماده ۱۷- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیروی انتظامی موظفند با اختصاص واحد متناسب برای اجرای قانون و این آیین‌نامه اقدام نمایند.

ماده ۱۸- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و فرهنگستان زبان و ادب فارسی و سایر سازمان‌های ذی‌ربط موظفند به نحو مقتضی از طریق وسایل ارتباط جمعی زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی اجرای قانون و این آیین‌نامه را فراهم کنند.

ب. دستورالعمل اجرایی قانون منع به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین‌نامه اجرایی آن در مورد چگونگی استفاده از حروف و تصاویر در تابلوهای سردر مغازه‌ها، فروشگاه‌ها، اماکن و... (۱۳۸۲ معاونت مطبوعاتی)

«مصوب جلسه بیست و هشتم کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور»

ماده ۱: منظور از تابلو در این دستورالعمل عبارت از هر نوع پیکره یا سازه است که طبق ضوابط فنی شهرداری طراحی، اجرا و بر سردر مغازه‌ها یا روی نمای عمومی ساختمان‌ها و اماکن و محوطه آن‌ها برای معرفی کاربری مکان و یا محصول به صورت مجزا یا توأم نصب می‌شود که

در این دستورالعمل به اختصار تابلو نامیده می‌شود.

ماده ۲: متن نوشتاری و تصویر مورد استفاده در پیکره‌ها و سازه‌های موضوع ماده ۱ این دستورالعمل مشمول قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب مورخ ۱۳۷۵/۹/۱۴ مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه اجرایی آن مصوب مورخ ۱۳۷۸/۲/۱۹ هیأت محترم وزیران می‌باشد.

ماده ۳: کلیه تابلوهای موضوع این دستورالعمل مشمول ضوابط مندرج در دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری (محیطی) و مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب مورخ ۱۳۷۹/۲/۱۱ کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور می‌باشد.

ماده ۴: به منظور حمایت از تولیدات داخلی و صنعت تبلیغات شهری، شهرداری‌ها موظفند تعرفه هزینه‌های استفاده از فضای عمومی شهری موضوع ماده ۱ این دستورالعمل را به گونه‌ای تنظیم کنند که اولاً تعرفه محصولات خارجی بیش از دو برابر تعرفه محصولات داخلی بوده و ثانیاً بر اساس هم‌جواری و ابعاد، تناسب منطقی بین تعرفه تابلوهای تبلیغاتی شهری با سازه‌ها یا پیکره‌های موضوع ماده ۱ این دستورالعمل برقرار شود.

ماده ۵: بر اساس بند «ب» تبصره ۸ ماده واحده قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مرجع تشخیص رعایت قوانین و مقررات و یا تخلف از آن وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و شهرداری‌ها به عنوان دستگاه ذی‌ربط وزارت کشور و نیروی انتظامی به عنوان ضابط اجرایی موظف به اجرای مقررات مذکور می‌باشند.

ماده ۶: ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها موظف هستند حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ ابلاغ این دستورالعمل ضمن تشکیل واحدی مناسب در معاونت فرهنگی اداره کل نسبت به اجرای مفاد این دستورالعمل اقدام و مراتب را به سازمان زیباسازی یا شهرداری محل و فرماندهی نیروی انتظامی استان اعلام کنند.

ماده ۷: واحد مذکور در ماده ۶ موظف است موارد تخلفی از قانون و مقررات را ابتدا با یک اخطار ۱۵ روزه به متخلف اعلام و رونوشت آن‌را به شهرداری ارسال کند. در صورت عدم اقدام جهت برخورد قانونی به نیروی انتظامی محل اعلام و از آن طریق نسبت به تغییر و تطبیق مورد خلاف با قوانین و مقررات اقدام کند.

ماده ۸: شهرداری یا سازمان زیباسازی شهرداری موظف است به هنگام صدور مجوز نصب

تابلو برای فروشگاه‌ها یا اماکن جدید یا فروشگاه‌ها و اماکنی که قصد تغییر تابلوی خود را دارند مفاد این دستورالعمل را رعایت کنند و در صورت ابهام در خصوص اسامی، عناوین و اصطلاحات از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان استعلام کنند.

ماده ۹: به منظور رسیدگی به شکایت و یا موارد نقض حقوق شاکی در ارتباط با اجرای این دستورالعمل، هیأتی در ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی به ریاست مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و با شرکت مسئول اداره تبلیغات اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، نماینده اداره کل بازرگانی یا نماینده مجمع امور صنفی و در صورت نیاز نماینده شورای شهر، ناحیه انتظامی استان و شهرداری منطقه تشکیل و تصمیم اتخاذ شده قطعی و لازم‌الاجرا است.

ماده ۱۰: اداره کل تبلیغات مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل را برعهده دارد.

ماده ۱۱: اداره کل تبلیغات موظف است در پایان هر دو ماه گزارش عملکرد خود و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها را تهیه و به معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی و رییس کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور تقدیم کند.

ماده ۱۲: در موارد بروز اختلاف میان سازمان‌های نامبرده مذکور بر سر نحوه اجرا یا تفسیر مفاد این دستورالعمل، اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مرجع رسیدگی به حل اختلاف می‌باشد.

این دستورالعمل در ۱۲ ماده در جلسه بیست و هشتم مورخ ۱۳۸۲/۴/۱ کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور تصویب شد و از تاریخ ابلاغ، کلیه مقررات مغایر لغو می‌شود. سید محمد صفحی - معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ت. سیاست نام‌گذاری خیابان‌ها و اماکن عمومی و مؤسسات

(مصوب یکصد و هفتاد و نهمین جلسه مورخ ۶۷/۱۱/۴ شورای عالی انقلاب فرهنگی)

فصل اول: شهرهای جمهوری اسلامی ایران ظاهراً و باطناً باید هر یک نمایان‌گر تاریخ و جغرافیای تمدن اسلامی باشند و لذا مسئولان نام‌گذاری باید حتی المقدور از نام شخصیت‌های بزرگ فرهنگی و ادبی و علمی در تاریخ تمدن اسلامی و همچنین از نام شهرها و اماکن شهرها و اماکن مشهور در این تمدن استفاده کنند. این شخصیت‌ها و شهرها و اماکن باید در درجه اول مربوط به تاریخ و جغرافیای ایران و در درجه دوم مربوط به تاریخ و جغرافیای ایران و در درجه دوم مربوط به تاریخ و جغرافیای سایر کشورهای اسلامی باشد. در این راستا

توصیه‌ها اجمالاً عبارت خواهد بود از:

۱. در هنگام نام‌گذاری تناسب اسم و رسمی رعایت شود.
 ۲. از نام‌ها و اسامی مناسبی که باعث انبساط خاطر و تلطیف اخلاقی و عاطفی مردم می‌گردد استفاده شود.
 ۳. از نام شخصیت‌های سیاسی و مردمی هم (غیر از علما و دانشمندان) در مواردی می‌توان استفاده کرد.
 ۴. به منظور ایجاد پیوندهای سیاسی و فرهنگی با کشورهای دیگر می‌توان در نام‌گذاری اماکن با نظر وزارت امور خارجه از نام شخصیت‌های سیاسی و مردمی خارجی یا اسامی اماکن خارجی استفاده کرد.
 ۵. مغازه‌ها و شرکت‌ها و مراکز کار و پیشه خصوصی باید از گذاشتن اسامی خارجی جداً خودداری کنند، مگر در مواردی که این اسامی به منظور ایجاد پیوندهای فرهنگی و علمی و سیاسی انتخاب شده باشد.
 ۶. در مورد تغییر نام‌های بی‌مسما و نامتناسب موجود نیز لازم است شورایی که در فصل دوم معرفی خواهد شد برنامه‌هایی را تدارک ببیند.
- فصل دوم: به منظور اجرای سیاست نام‌گذاری کشور و تهیه آیین‌نامه‌های اجرایی و همچنین ایجاد هماهنگی میان کلیه مراکز نام‌گذاری در استان‌ها و شهرهای کشور شورایی مرکزی زیر نظر شورای عالی انقلاب فرهنگی با ترکیب زیر و وظایف بدین شرح تشکیل شود.
- یک - شورای مرکزی نام‌گذاری مرکب خواهد بود از:
۱. نماینده نخست وزیر و نماینده هر یک از وزرای عضو شورای عالی انقلاب فرهنگی و نماینده وزیر کشور (این نمایندگان باید به مسائل فرهنگی و اجتماعی و همچنین به تاریخ و جغرافیای اسلامی آشنایی داشته و ارزش و قدر و اهمیت نام‌گذاری و ذوقی که باید در آن به کار برده شود آگاه باشند).
 ۲. سرپرست سازمان میراث فرهنگی کشور که ریاست شورا را نیز به عهده خواهد داشت.
 ۳. دو تن از شخصیت‌های فرهنگی کشور، صاحب‌نظر در زمینه‌های ادبی و تاریخی و جغرافیای اسلامی که از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی انتخاب خواهند شد.
- (مدت عضویت ایشان سه سال و انتخاب مجدد ایشان نیز بلامانع خواهد بود.)
- دو - شورای مرکزی نام‌گذاری براساس توصیه‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی (در فصل یک) سیاست‌های نام‌گذاری و آیین‌نامه‌های اجرایی را تهیه و تصویب خواهد کرد. در هنگام

نام گذاری اماکن و مراکز و مؤسسات زیر، لازم است که از مصوبات شورای عالی پیروی شود: استان‌ها، مراکز استان، بندرها و جزیره‌ها و شهرستان‌ها و بخش‌ها، بزرگراه‌ها، خیابان‌ها و بازارها و کوچه‌های بزرگ، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، مدارس و مهدکودک‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و مجامع علمی و فرهنگی، تالارهای عمومی، بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی و درمانی، سینماها و مراکز تفریحی و پارک‌ها و میدان‌ها و ترمینال‌ها و فرودگاه‌ها و ایستگاه‌های راه آهن و پالایشگاه‌ها، کارخانه‌های بزرگ، بانک‌ها و مراکز ورزشی و باشگاه‌ها.

سه - شورای مرکزی پس از تشکیل موظف است که سیاست‌ها و ضوابط و آیین‌نامه‌های لازم را برای نام گذاری‌ها در ظرف ۶ ماه تهیه و به ستادهای اجرایی و مراجع ذی‌ربط در وزارتخانه‌ها و ارگان‌ها ابلاغ نماید.

ث. تحلیل قانون و آیین‌نامه:

طبق ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی که در سال ۱۳۷۸/۲/۱۹ مصوب هیأت وزیران شد: «دستگاه‌های یاد شده در ماده (۲) این آیین‌نامه که به کارگاه‌ها، کارخانه‌ها، اماکن تولیدی و تجاری و خدماتی پروانه تأسیس و پروانه کسب یا بهره‌برداری یا اجازه تولید و ادامه فعالیت می‌دهند موظفند پیش از صدور پروانه و اجازه تولید و ادامه فعالیت به متقاضیان ابلاغ کنند تا نسبت به تغییر نام مؤسسه یا محصولات خود و گزینش نام فارسی اقدام کنند.

تبصره - ذکر نام قبلی مکان‌ها و محصولات درکنار نام جدید آن‌ها (بین دو کمان) حداکثر تا مدت دو سال مجاز است.»

بر همین اساس واحدهایی که نام‌بیگانه داشتند باید ظرف مدت زمان مشخصی نام‌بیگانه خود را با نام فارسی جایگزین می‌کردند. صدها و هزاران واحد تاکنون درگیر این معضل هستند و تنها گذشت و سهل‌گیری مجریان قانون آن‌ها را امیدوار کرده که موقتاً به کار خود ادامه دهند. برای مثال شرکت تولیدی معروف «دنيس تريكو» که در زمینه پوشاک فعال است باید نام خود را عوض می‌کرده است و اگر تاکنون این کار را نکرده تخلف بوده است. مشخص است این تعویض برندهای معروف چه‌اندازه به کار آن‌ها لطمه می‌زند.

مشکل دیگر به ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی مصوب ۱۳۷۸/۲/۱۹ مربوط است؛ طبق این ماده:

«افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی با گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند، مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در نام گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط

به خود در همان مناطق استفاده کنند.»

طبق اصل پانزدهم قانون اساسی: «زبان و خط رسمی و مشترک مردم ایران فارسی است. اسناد و مکاتبات و متون رسمی و کتب درسی باید با این زبان و خط باشد ولی استفاده از زبان‌های محلی و قومی در مطبوعات و رسانه‌های گروهی و تدریس ادبیات آن‌ها در مدارس، در کنار زبان فارسی آزاد است.» همان‌طور که مشاهده می‌شود طبق این قانون استفاده از زبان‌های محلی و قومی در مطبوعات و رسانه‌های گروهی... آزاد است. حال پرسش این است که چرا باید انتخاب نام یک واحد صنفی یا یک محصول به زبان محلی و قومی و یا تبلیغ آن در رسانه‌های گروهی مانند بیلبوردها فقط به مناطق آن قوم محدود شود؟ اگر همه ایرانیان تابع ایران هستند و درون مرزهای خود حق مهاجرت دارند؛ چرا باید با این مهاجرت از یک استان به استان یا منطقه دیگری حقوق آن باز تعریف و کم و زیاد شود. اگر یک آذری زبان به اروپا و آمریکا سفر کند و نام واحد تولیدی خود را آلتین (به معنای طلا) یا یشیل (به معنای سبز) بگذارد؛ با او مخالفتی نمی‌شود اما در اصفهان و کرمان که جزء کشورش خودش هست نمی‌تواند از چنین نام‌هایی استفاده کند؟ طبق ماده (۶) این آیین‌نامه «افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی یا گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند، مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در نام‌گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط به خود در همان مناطق استفاده کنند.»

مهم‌ترین دلیل مدافعان این ماده این است که اگر واژه‌های غیرفارسی (مثلاً وارث که یک واژه مازنی به معنای باران است) در مناطق فارس نشین به کار رود فارس‌زبانان فکر می‌کنند این واژه بیگانه است و موجب رواج سایر واژه‌های واقعاً بیگانه می‌شود. به همین دلیل برخی کارشناسان پیشنهاد داده‌اند به کار بردن این واژه‌های ایرانی در سراسر ایران آزاد باشد به شرط آن که در یک پراتز معنای آن گفته شود.

علاوه بر این ماده ۶ این آیین‌نامه باعث مختل کردن محیط کسب و کار شده و نارضایتی گسترده‌ای شده یکی از موارد تعجب برانگیز است که باید هر چه زودتر برای اصلاح آن کاری انجام شود. این ماده همچنین تضعیف‌کننده انسجام و هویت ملی است و به اختلافات قومی دامن خواهد زد. این ماده با قوانین حقوق بشری، توصیه‌های دینی و حقوق شهروندی هم ناسازگار است.

همچنین یکی از قوانین دیگری که در چند سال گذشته باعث شکایت و نارضایتی چاپخانه‌داران

و تولیدکنندگان شده است؛ موضوع رعایت آیین نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه به شرح زیر است:

ماده ۱۴- استفاده از تابلو یا نوشته‌ها یا نشانه‌هایی که منحصرأً به خط غیرفارسی تنظیم شده باشد به استثنای نشانه‌های بین‌المللی ممنوع است. نیروی انتظامی موظف است از نصب و ادامه استفاده از آن‌ها جلوگیری کند.

تبصره: استفاده از خط بیگانه برای معادل‌نویسی اسامی، عنوان‌ها و عبارت‌های فارسی بر روی تولیدات داخلی، بسته‌بندی کالاها، اماکن، هرگونه اعلان، اوراق تبلیغاتی، آگهی‌ها، تابلوهای تبلیغاتی و سردر مغازه‌ها، خودروها و دیگر موارد، برای معرفی و یا بیان کاربری کالا و خدمات، تنها در صورتی مجاز است که اندازه خط بیگانه به لحاظ تناسب، یک سوم (۱/۳) خط فارسی باشد.

البته مورد مشابه‌ای این قانون هم در دوران رضا شاه وجود داشته است. «پس از کودتای اسفند ۱۲۹۹، رضاخان، فرمان حذف الفاظ فرانسسه به خط لاتین از سردر مغازه‌ها و شرکت‌ها و در مقابل، نگارش آن‌ها به خط فارسی را صادر نمود. مأموران نظمی در اجرای این حکم با مقاومت اتباع خارجی و اعتراض سفارتخانه‌های آن‌ها مواجه شدند. به همین دلیل مقرر شد تا اطلاع ثانوی در این زمینه اقدامی صورت نگیرد. در صورتی که این دستور در مورد اتباع ایرانی اجرا شد، طوری که در سال ۱۳۱۲ ه. ش. شهرداری تهران چنین ابلاغی را صادر کرد: حسب الامر مبارک، مأمورین از نگارش لغات و کلمات خارجی خودداری و از انتشار و شیوع این گونه کلمات در بین اهالی نیز جلوگیری کنند.» (روستایی، ۱۳۸۵: ۸۲)

مطالعات مقدماتی نشان می‌دهد قانون رعایت زبان فارسی و اندازه قلم که به ۳۰-۷۰ مشهور است مانعی برای نظام تولیدی کشور است. از طرف دیگر، برخی کارشناسان معتقدند این قانون انگیزه تخلف را بیشتر کرده است زیرا مردم به خرید کالایی که مطالب روی آن به زبان انگلیسی است بیشتر علاقمندند و تولیدکننده هم بخاطر فروش تمایل به این کار دارد و در نهایت چاپخانه‌ای قانونی یا غیرقانونی کار او را راه می‌اندازد. بنابراین بهتر است ابتدا کار فرهنگی کنیم و بعد به قوانینی که جرم ساز است روی آوریم.

متأسفانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون توجه به بازخورد اجرایی این ماده قانونی در سال ۱۳۹۴ پیشنهاد اصلاح تبصره ماده ۱۴ را به شکل بسیار ناقص تری می‌دهد که نتیجه آن نه تنها سخت‌گیری بیشتر بلکه اضافه کردن اعمال سلیقه در اعمال قانون است. طبق تبصره اصلاحی جدید: «در مواردی که کاربرد خط غیرفارسی به تشخیص وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی ضرورت داشته باشد، تا يك سوم اندازه خط فارسی بلا مانع است.»

تاریخچه اجرای قانون

با وجود تصویب قانون منع به کارگیری اسامی و اصطلاحات بیگانه و آیین نامه اجرایی آن در سال ۷۵ و ۷۸ در عمل اجرای این قانون به تعویق می افتد تا این که در جلسه شورای عالی اعضای انقلاب فرهنگی با رهبر کشور در ۱۹ آذر سال ۱۳۷۹ آقای حداد عادل با طرح موضوع بیلپورد تبلیغاتی شرکت دلونگی (Delonghi) موضوع اجرایی این قانون را در حضور رهبر، رییس جمهور و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر اعضا دوباره مطرح می کند. پس از این تاریخ، اداره کل تبلیغات و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ در زمینه بررسی و تایید اسامی واحدهای صنفی فعال می شود و پس از تدوین دستورالعمل اجرای و مقدمات اداری از سال ۸۲ اجرای این قانون عملیاتی می شود. ایرج قره داغی، کارشناس اداره کل تبلیغات و اطلاع رسانی، در این باره می گوید: «از ابتدا اجرای این قانون با اعتراض و نارضایتی مراجعه کنندگان روبرو بودیم؛ برای مثال زمانی علی دایی برای راه اندازی واحد صنفی در تهران به ما مراجعه کرد؛ چون نام انتخابی ایشان ترکی بود از نظر قانونی خلاف بود. اما وقتی ایشان با اعتراض گفتند شما دارید به اختلاف ترک و فارس دامن می زنید و این عادلانه نیست که در کشور خودم نتوانم نام رستورانم را انتخاب کنم؛ پاسخ ما سکوت بود. شاید به همین دلیل در دورانی که من مسئول بودم تاجای ممکن با متقاضی همدلانه رفتار می کردیم. در آن دوران از فرهنگستان استعلام نمی شد و خود رأساً به درخواست ها پاسخ می دادیم البته جلسات هماهنگی دو ماهیانه با فرهنگستان و آقای حداد عادل هم داشتیم. در این دوران دو کار انجام شد یکی این که قرار شد خط و قلم فارسی در روی محصولات بر خط بیگانه (انگلیسی) برتری داشته باشد که به سازوکار ۳۰-۷۰ معروف شد یعنی نوشتار فارسی ۷۰ درصد و غیر فارسی ۳۰ درصد بزرگی داشته باشد. دوم این که اسامی و واژه های ایرانی در سراسر ایران اجازه استفاده داشته باشند یعنی اسم کردی یا ترکی در بندرعباس هم قابل قبول بود و تا سال ۸۵ که من این مسئولیت را داشتم این گونه عمل می شد. اما از سال ۸۵ به بعد رویکرد سخت گیرانه ای حاکم شد اکثر اسامی مورد درخواست متقاضیان از فرهنگستان زبان استعلام می شد و پاسخ فرهنگستان هم در اکثر موارد منفی بود. علاوه بر این، ماده ۶ آیین نامه اجرایی در دستور کار قرار گرفت طبق این ماده اسامی و واژه های غیر فارسی (آذری، بلوچی، لری، کردی، گیلکی و...) فقط در همان محل اجازه استفاده و تبلیغ داشتند. بنابراین اگر شما استفاده تجاری از یک اصطلاح کردی را در مکانی غیر از استان های کردنشین خواستار باشید با درخواست شما موافقت نمی شود. حتی

من شنیدم که طبق یک توافق نانوشته اکثر اسامی ایرانی قبل از اسلام ممنوع است. آقای حداد همیشه دنبال این سیاست بودند و در عوض اسامی عربی (حتی نامعمول) به راحتی مورد تایید قرار می گرفت. حتی نام «پرشین» و مشتقات آن ممنوع اعلام شد که یک نمونه استعلام آن به شرح زیر است:

ترکیب حمل و نقل و خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی و زیارتی پرشین گلف: پرشین گلف فارسی نیست معادل آن خلیج فارس است	۲۶ بهمن ۱۳۹۵	۳۷۶۷	خلیج فارس	بیگانه	پرشین گلف
--	--------------	------	-----------	--------	-----------

از طرف دیگر ما می دیدیم که شرکت های ژاپنی یا چینی از نام پرشین برای واحدهای صنفی و محصولات خود استفاده می کنند و ما که خودمان ایرانی هستیم نمی توانیم. البته این سخت گیری علاوه بر دامن زدن به اختلافات قومی و مانع تراشی در مسیر کسب و کار اشکال دیگری هم دارد و آن این است که مردم با روش های گوناگون قانون را دور می زنند یکی از این روش ها ثبت شرکت در کشورهای همسایه مانند ترکیه و امارات است که البته برای تولیدکننده هزینه دارد.

از طرف دیگر باید توجه داشت طبق معاهدات بین المللی مانند قوانین تجارت جهانی و یا معاهده مادرید اگر نام و واژه مصوب معنای مستهجنی نداشته باشد محدودیت دیگری ندارد. بر همین اساس «عطر بیژن» در کشور خارجی خود را ثبت و در تمام دنیا تبلیغ می کند اما ما به هموطنانمان اجازه نمی دهیم در کشور خودشان از اسامی فرهنگ و زبان خودشان استفاده کنند. طبق قانون موجود شما نمی توانید «عطر سولماز» را در مناطق غیر ترک نشین تأسیس و یا تبلیغ کنید!!!» (مصاحبه تاریخ ۹۷/۲/۲۸ دفتر تبلیغات و اطلاع رسانی)

آقای محمد زاده، معاون و مشاور سابق وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، در مورد کلیت و ضرورت قانون مذکور و نقاط ضعف و قوت آن می گوید: «در محافظت از خط و زبان فارسی شکی نیست زیرا مهم ترین عوامل قوام و انسجام ملی است و به همین دلیل این قانون بسیار ضروری و مهم است. خوشبختانه زبان فارسی از ۱۰۰۰ سال ۸۰۰ سال قبل حفظ شده و باید این عامل قوام و انسجام بازهم محافظت شود. این قابلیت را که زبان فارسی امروز دارد زبان هندی و حتی انگلیسی ندارند. به همین دلیل یک انگلیسی زبان غیر متخصص نمی تواند نمایشنامه های شکسپیر را راحت بخواند و بفهمد.

علاوه بر این مسئله خط هم مهم است. ترکیه و تاجیکستان خطشان عوض شده است و امروز تاجیک ها بلد نیستند شعر رودکی بخوانند و فقط می توانند رودکی گوش کنند. این سیاستی

استعماری بود و روس‌ها این کار را برای تقویت زبان روسی و تضعیف کردند.

در مورد نقطه ضعف باید گفت یک مشکل اساسی برخورد سیاسی با این قانون است. یعنی به عنوان ابزار سیاسی دیده می‌شود و ابزاری شده برای کارت زرد گرفتن وزیر فرهنگ و باید برای آن فکر شود. ارشاد این اندازه امکانات و لوازم و قدرت ندارد که اجرای این قانون را بر عهده بگیرد. نهایتاً می‌تواند اسامی متقاضیان حوزه نشر و فیلم و کانون‌های آگهی - تبلیغاتی را ساماندهی کند اما کسانی که از اصناف مجوز می‌گیرند یا در حوزه صنعت، بهداشت، کشاورزی، خدمات و غیره فعال هستند به تصمیمات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعتنایی نمی‌کنند. هرچند در قانون آماده مسئولیت برعهده ارشاد است اما در عمل این اتفاق نمی‌داند و سایر دستگاه‌ها مانند اماکن، نیروی انتظامی، شهرداری، زیباسازی و غیره... دخیل هستند و حرف ارشاد را خیلی گوش نمی‌دهند. به سخن دیگر نقص دوم این قانون آن است که بار اصلی اجرایی را بر دوش ارشاد گذاشته است. در صورتی که ارشاد فقط باید حوزه خودش را متولی باشد و فقط در این حد بازخواست شود. البته جایگاه این وظیفه در ارشاد هم ضعیف است؛ شاید باید به عنوان اداره کل دیده شود و با داشتن ضابطینه زبان فارسی موضوع را نظارت کند. مانند ضابطین وزارت بهداشت و یا تعزیرات که رأساً می‌توانند تخلفات را صورتجلسه کنند و به مراجع قانونی ارجاع دهند. بنابراین ضمانت اجرایی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ضعیف است و اساساً این موضوعی بین دستگاهی است و باید هر دستگاه به سهم خود مسئول باشد.

در مورد ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی معتقدم هرچند نباید بی‌جهت فرهنگ‌های بومی و محلی را تقویت کرد اما نباید زمینه اختلاف را هم ایجاد کرد. این که هموطنان ترک و کرد و بلوچ و مازنی و غیره باید از اسامی زبان خودشان در همان منطقه استفاده کنند چندان ضرورتی ندارد و باعث تقویت زبان فارسی هم می‌شود. اما باید سفت و سخت جلوی زبان غیرایرانی (زبان بیگانه) ایستاد. چین این کار را به درستی انجام می‌دهد برای مثال حتی اتومبیل بنز و بی ام دبلیو که آن‌جا تولید می‌شود در کنار آرم شرکت به زبان چینی نام بنز یا بی ام دبلیو نوشته می‌شود.» (مصاحبه تلفنی ۹۷/۳/۲۲)

خانم پرویزی، معاون گروه واژه‌گزینی فرهنگستان زبان فارسی، در خصوص وضعیت اجرای قانون منع به کارگیری اسامی می‌گوید: ضرورت این قانون در حفظ هویت و زبان فارسی است. اگر ما از زبان خود صیانت نکنیم مانند هند و پاکستان و حتی ترکیه آن را از دست می‌دهیم. مردم این کشورها امروزه نمی‌توانند با زبان دویست سال قبل خود ارتباط برقرار کنند و بخش بزرگی از

زبان آنان انگلیسی شده است. این خطر زبان ما را نیز تهدید می‌کند. برای مثال امروزه جوانان ما می‌گویند «تایم ندارم.» واقعاً چه ضرورتی دارد که آن‌ها این‌طور حرف بزنند و اگر ما کاری نکنیم چند سال دیگر از زبان فارسی چه می‌ماند. ما می‌خواهیم مانند فرانسه و ایتالیا از زبان خود محافظت کنیم. البته با اسامی خاص مشکلی نداریم.

خانم پرویزی در مورد تاریخچه اجرای این قانون می‌گوید: در گذشته ما با اداره کل ثبت شرکت‌ها سروکار داشتیم و آن‌ها از ما استعلام می‌گرفتند. البته نه در همه موارد، اما امروزه متقاضیان مستقیماً از ما استعلام می‌گیرند. در گذشته صدا و سیما با ما همکاری خوبی داشت و به خصوص آقای انصاری، رییس اداره کل بازرگانی صدا و سیما، برای پخش تبلیغات شرکت‌ها واحدهای صنفی و خدمات و محصولات آن‌ها از ما استعلام می‌گرفت اما در حال حاضر صدا و سیما کار خودش را می‌کند و تعامل لازم را با فرهنگستان ندارد.

یک مشکل اینجاست که اداره کل ثبت شرکت‌ها می‌گوید طبق معاهدات بین‌المللی به کارگیری علایم و نشان‌ها آزاد است و از حقوق مشترک فعالیت‌های تجاری محسوب می‌شود؛ بنابراین ایجاد محدودیت در این زمینه با معاهدات بین‌المللی مغایرت دارد. به همین دلیل ما نمی‌توانیم برای محصولات و نمایندگی‌هایی مثلاً ژیوانژی، مک دونالد یا کوکاکولا و غیره محدودیت ایجاد کنیم. این موضوع باعث شده شرکت‌های داخلی برند و محصولات را به زبان بیگانه تولید کنند و مدعی شوند نمایندگی آن‌ها را دارند برای مثال آدامس وایت که امروز شرکت مینو تولید می‌کند یا چندین محصول شرکت‌های کاله و میهن و سایر شرکت‌های دیگر. به سخن دیگر، اسم شرکت ایرانی است اما محصولات آن به زبان بیگانه است و ما در این قسمت فعلاً کاری نمی‌توانیم بکنیم. مشکل دیگر به محدودیت‌های حقوقی و قانونی برای اجرای قانون منع به کارگیری اسامی و اصطلاحات بیگانه است. طبق مواد ۳۲ و ۴۶ «قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علایم تجاری»؛ ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایی برای اجرای قانون منع به کارگیری اسامی وجود دارد. البته ما پیشنهاداتی برای اصلاح این قوانین داده‌ایم و فرهنگستان به دنبال تغییر و تکمیل این قانون است که تاکنون نتیجه‌ای نداشته است. همان‌طور که گفته شد قوانین بین‌المللی هم برخی محدودیت‌ها را ایجاد می‌کند که باید به آن‌ها توجه شود. مهم‌ترین مواد این قانون به شرح زیر است:

«فصل سوم - علائم، علائم جمعی و نام‌های تجاری

ماده ۳۰ - علامت، علامت جمعی و نام تجاری عبارتند از:

الف - علامت یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا

حقوقی را از هم متمایز سازد.

ب - علامت جمعی یعنی هر نشان قابل رؤیتی که با عنوان علامت جمعی در اظهارنامه ثبت معرفی شود و بتواند مبدأ و یا هرگونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این نشان تحت نظارت مالک علامت ثبت شده جمعی استفاده می‌کنند متمایز سازد.

ج - نام تجاری یعنی اسم یا عنوانی که معرف و مشخص کننده شخص حقیقی یا حقوقی باشد.

ماده ۳۱ - حق استفاده انحصاری از یک علامت به کسی اختصاص دارد که آن علامت را طبق مقررات این قانون به ثبت رسانده باشد.

ماده ۳۲ - علامت در موارد زیر قابل ثبت نیست:

الف - بتواند کالاها یا خدمات یک مؤسسه را از کالاها و خدمات مؤسسه دیگر متمایز سازد.

ب - خلاف موازین شرعی یا نظم عمومی یا اخلاق حسنه باشد.

ج - مراکز تجاری یا عمومی را به ویژه در مورد مبدأ جغرافیایی کالاها یا خدمات یا خصوصیات آنها گمراه کند.

د - عین یا تقلید نشان نظامی، پرچم، یا سایر نشان‌های مملکتی یا نام یا نام اختصاری یا حروف اول یک نام یا نشان رسمی متعلق به کشور، سازمان‌های بین‌الدولی یا سازمان‌هایی که تحت کنوانسیون‌های بین‌المللی تأسیس شده‌اند، بوده یا موارد مذکور یکی از اجزاء آن علامت باشد، مگر آن که توسط مقام صلاحیت‌دار کشور مربوط یا سازمان ذی‌ربط اجازه استفاده از آن صادر شود.

ه - عین یا به طرز گمراه کننده‌ای شبیه یا ترجمه یک علامت یا نام تجاری باشد که برای همان کالاها یا خدمات مشابه متعلق به مؤسسه دیگری در ایران معروف است.

و - عین یا شبیه آن قبلاً برای خدمات غیرمشابه ثبت و معروف شده باشد مشروط بر آن که عرفاً میان استفاده از علامت و مالک علامت معروف ارتباط وجود داشته و ثبت آن به منافع مالک علامت قبلی لطمه وارد سازد.

ز - عین علامتی باشد که قبلاً به نام مالک دیگری ثبت شده و یا تاریخ تقاضای ثبت آن مقدم یا دارای حق تقدم برای همان کالا و خدمات و یا برای کالا و خدماتی است که به لحاظ ارتباط و شباهت موجب فریب و گمراهی شود.....

ماده ۴۶ - اسم یا عنوانی که ماهیات یا طریقه استفاده از آن برخلاف موازین شرعی یا نظم عمومی یا اخلاق حسنه باشد و یا موجبات فریب مراکز تجاری یا عمومی را نسبت به ماهیات مؤسسه ای فراهم کند که اسم یا عنوان معرف آن است، نمی تواند به عنوان یک نام تجارتی به کار رود.

ماده ۴۷ - با رعایت قوانین و مقررات ثبت اجباری نام های تجارتی، این قبیل نام ها حتی بدون ثبت، در برابر عمل خلاف قانون اشخاص ثالث حمایت می شوند.

هرگونه استفاده از نام تجارتی توسط اشخاص ثالث، به صورت نام تجارتی یا علامت یا علامت جمعی، یا هرگونه استفاده از آن ها که عرفاً باعث فریب عموم شود، غیرقانونی تلقی می شود. « (مصوب ۱۳۸۶ مجلس شورای اسلامی)

خانم پرویزی در مورد اجرای قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه معتقد است در حال حاضر برخی سهل گیری ها انجام می شود. برای مثال اگر بخواهیم عین قانون را اعمال کنیم و تفسیر به رای نکنیم باید جلوی هرگونه تبلیغات محیطی شامل بیلبورد و پخش تیزر و تراکت و هر نوع تبلیغی را به محدوده جغرافیایی همان زبان بومی محدود کنیم. یعنی شرکت سن ایچ نمی تواند از این اسم بر روی اتومبیل های پخش محصولاتش در مناطق غیر آذری نشین استفاده کند. همچنین طبق قانون ما باید اسامی و عناوین بیگانه واحدهای صنفی بعد از ۱۳۷۵ را نظارت کنیم و در صورت مشاهده تخلف به آن رسیدگی کنیم اما در واقع بسیاری از واحدهای بعد از این تاریخ هم رها شده اند. البته بلافاصله باید اشاره کنم که در تصویب این قانون و حتی در تدوین آیین نامه اجرایی آن فرهنگستان زبان فارسی نقشی نداشته است. به هر حال به نظر می رسد این قانون با قوانین دیگر تداخل و هم پوشانی دارد و باید با رویکردی جامع به اصلاح آن پردازیم.

خانم پرویزی در مورد سخت گیری در مورد اسامی کهن ایرانی می گوید: ما با اسامی قبل از اسلام که ریشه یونانی نداشته باشد مشکلی نداریم. البته برخی اسامی مورد بحث فاقد مستندات کافی بوده اند یا لغات مهجور و قدیمی اوستایی هستند که آن ها را تایید نمی کنیم. پهلوی عجیب و غریب را هم تایید نمی کنیم؛ قانون به ما گفته زبان فارسی نه اوستایی یا پهلوی. البته به نظر شخصی من باید در قانون مذکور می گفتیم زبان ایرانی؛ نه زبان فارسی. البته این پیشنهاد هم مشکل اجرایی دارد زیرا در آن صورت باید کارگروهایی از تمام زبان های ایرانی از قشقای و کردی گرفته تا عربی و زرتشتی در فرهنگستان تشکیل می شدند تا پیشنهاد های اصله را بررسی می کردند که خیلی مشکل است.

خانم پرویزی در مورد سختی اعمال این قانون در حوزه فضای مجازی و اینترنت می گوید: بله این که از شرکت‌ها بخواهیم آدرس خود را به فارسی ارائه کنند بسیار مشکل است زیرا در این فضا استفاده از دو آدرس منطقی نیست فعلاً در این حوزه کاری انجام نشده است.

خانم پرویزی در مورد برخی دور زدن‌ها مانند استفاده از واژه فارسی «تک» که با هدف بهره‌برداری از واژه انگلیسی «TEC» به معنای تکنولوژی هست می گوید: معمولاً برای جلوگیری از این سواستفاده با به کارگیری واژه «تک» به طور کلی مخالفت می کنیم مگر آن که ثابت شود به معنای فارسی یکتا و بی نظیر است. البته تخلف و دورزدن‌های عجیب و غریبی را شاهد بوده‌ایم برای مثال شرکت خودرو سازی سایپا نام یکی از محصولات جدیدش را «کوییک» گذاشته و سندسازی هم می کند که مثلاً نام فلان تپه یا چاهی در فلان شهرستان است اما همه ما می دانیم می خواهد به واژه انگلیسی «quic» به معنای سرعت اشاره کند و بقیه داستان صحت ندارد. البته این گونه فریب‌ها واقعاً بسیار زیاد شده است. (مصاحبه در فرهنگستان زبان فارسی ۹۷/۲/۳۱)

همان‌طور که اشاره شد ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی در چند سال گذشته مشکلات متعددی را ایجاد کرده است؛ برای مثال شرکت «سن ایچ» یا باید در مناطق آذری زبان تأسیس شود یا نام خود را عوض کند. علاوه بر این حتی اگر واحد صنفی در مناطق آذری زبان ایجاد شده باشد هرگونه تبلیغات (مانند تهیه بیلورد، آگهی‌های تلویزیونی، پخش بروشور و...) تنها در مناطق آذری زبان مجاز است.

برای نمونه پاسخ استعلام شماره ۳۹۷۱ مورخ ۱۶ اسفند ۱۳۹۵ از فرهنگستان زبان فارسی در مورد نام شرکت «سن ایچ» به شرح زیر است:

واژه	نوع واژه	معادل	شماره استعلام	زمان پاسخ استعلام	توضیحات
سن ایچ	بیگانه	-----	۳۹۷۱	۱۶ اسفند ۱۳۹۵	ترکیب سن ایچ با توجه به این که در منطقه تولید می شود تبلیغ آن بلامانع است

البته شعبه‌ای از کارخانه سن ایچ در جاده ساوه است و شاید اگر بخواهیم آیین‌نامه اجرایی را بدون تفسیر به رای اجرا کنیم حتی باید نام این کارخانه عوض شود. تبلیغ محصولات آن هم در سایر مناطق غیرترک‌نشین ممنوع است. البته معلوم نیست اگر روزنامه‌ای تبلیغ محصولات سن ایچ را بکنید تکلیف چیست؟ یا آیا کامیون‌های حمل محصولات سن ایچ که به همه مناطق کشور می‌روند در خارج از

مناطق آذری‌نشین مرتکب تخلف شده‌اند؟ به نظر می‌رسد اگر بخواهیم قوانین موجود را بدون تفسیر اجرا کنیم تمامی این اقدامات تخلف محسوب می‌شوند. لازم به ذکر است برخی کارکنان دولت علاقه شدیدی به تصویب قوانین بسیار سخت‌گیرانه اما تفسیربردار دارند تا خود به صلاح‌دیدشان آن‌ها را تفسیر کنند. یکی از جملاتی که بارها از چنین کارمندانی شنیده شد این بود که: کار را باید به کاردان سپرد و تشخیص قانونی بودن یا نبودن را ما باید معلوم کنیم.

طبق استعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از فرهنگستان زبان فارسی در مورد کلمه «وارش» در تاریخ (۹۴/۴/۲۹): «وارش در استان‌های مازندران و گیلان به معنی باران است و استفاده در این دو استان بلامانع است.» حال پرسش این است که در استان گلستان چگونه؟ اگر یک شمالی در هر جای ایران یک واحد کسب و کار با این نام را درخواست کند درخواست او رد می‌شود؛ اما اگر نام دختر یا خود او «وارش» باشد ظاهراً باید درخواست او را قبول کرد زیرا نام افراد از حقوق مکتسبه است و هیچ قانونی نمی‌تواند فرد را از حقوق مذکور باز دارد. حال روشن می‌شود که تصویب قانونی نادرست و آیین‌نامه اجرایی نادرست‌تر چه پیامدها ناخوشایند و گاه مسخره‌ای به دنبال خواهد داشت. طبق اصل نوزدهم قانون اساسی: «مردم ایران از هر قوم و قبیله که باشند از حقوق مساوی برخوردارند و رنگ، نژاد، زبان و مانند این‌ها سبب امتیاز نخواهد بود.» اما طبق استعلام از فرهنگستان زبان فارسی: «وارش در استان‌های مازندران و گیلان به معنی باران است و استفاده در این دو استان بلامانع است.» حال پرسش این است که چگونه یک مشه‌دی می‌تواند در شمال کشور اسم «باران» را برای کسب و کار خود انتخاب کند اما یک شمالی در مشهد نمی‌تواند اسم «وارش» را برای کسب و کار خود به کار ببرد.

جستجو در سامانه پاسخ استعلام‌ها از فرهنگستان ادب و زبان فارسی بسیار تأسف‌آور است. طبق اطلاعات این سامانه اگر شما بخواهید برای واحد اقتصادی و یا محصولات خود نام‌هایی مانند «نازلی»، «مارال»، «آراز» و سایر کلمات ترکی را استفاده کنید فقط باید در مناطق ترک‌نشین فعال باشید و فقط در همین مناطق هم تبلیغ کنید. برای مثال فرهنگستان زبان در مورد کلمه آراز چنین توضیح داده است: آراز (۹۲/۱۲/۲۸) واژه‌ای ترکی است و استفاده در مناطق ترک‌نشین بلامانع است. در مورد آلتین (۹۴/۱۲/۲۴) پاسخ داده‌اند: آلتین واژه‌ای ترکی به معنی طلا است و استفاده از آن در مناطق ترک‌نشین بلامانع است.

گزارش سایت در مورد واژه گیلکی «تی تی» و مشتقات آن به شرح زیر است:

تی تی سا	غیربیگانه	-----	۴۰۶۲	۲۲ اسفند ۱۳۹۵
تی تی سان	بیگانه	-----		
تی تی نار در استان‌های گیلان و مازندران بلامانع است	غیربیگانه	-----		
تی تی ناز	غیربیگانه	-----	۴۴۱۷	۹ اسفند ۱۳۹۴
تی تیش	غیربیگانه	-----		
تی رز	بیگانه	-----	۲۳۷۱	۲۲ شهریور ۱۳۹۴
تی شن	بیگانه	-----	۱۰۹۴	۲۶ خرداد ۱۳۹۵
تی کال - در مناطق بختیاری زبان بلامانع است	غیربیگانه	-----		

در خصوص واژه‌های زبان زرتشتی و ارمنی و سایر ادیان رسمی کشور؛ متقاضی باید از خلیفه‌گری خود نامه بیاورد. البته متقاضی آن نام باید از پیروان همان دین باشد برای مثال در استعمال کلمه «هیاتاسب» و «ورژ» چنین پاسخ داده شده است:

- هیاتاسب (۹۱/۸/۲۲) - غیربیگانه - با توجه به زرتشتی بودن متقاضی بلامانع است.

- ورژ (۹۱/۴/۷) - غیربیگانه - واژه‌ای ارمنی است و استفاده برای ارامنه بلامانع است.

البته جستجو نگارنده نشان می‌دهد که هیاتاسب (به معنای صاحب اسب بسته شده) نام یکی از فرماندهان سپاه داریوش است و معلوم نیست چرا سایر ایرانیان غیرزرتشتی از به‌کاربردن این اسم منع شده‌اند. بدیهی است با این منطوق؛ اسامی دیگر فارسی مانند نیز مانند «آریوبرزن» نیز با مشکل روبرو خواهند شد. در همین مورد، سازمان ثبت احوال از پذیرش نام «آریوبرزن» برای افراد خودداری می‌کند؛ درحالی که آریوبرزن نام یکی از شاهزادگان و فرماندهان لر سپاه هخامنشیان است که در نبردی قهرمانانه مقابل اسکندر جان خود را از دست داد. آریوبرزن مانند سردار یونانی لئونیداس است. لئونیداس کسی بود که در زمان حمله خشایارشا به یونان در جنگ ترموپیل مانند آریوبرزن پایداری کرده بود و سرنوشتی همانند آریوبرزن داشت اما بر خلاف آریوبرزن که جز چند سطر ترجمه از منابع دیگران اثری در دست نیست، یونانیان در محل بر زمین افتادن لئونیداس، یک پارک

و بنای یادبود ساخته و مجسمه او را برپا داشته‌اند و واپسین سخنانش را بر سنگ حک کرده‌اند تا از او سپاسگزاری شده باشد. متأسفانه در ایران حتی با مجسمه این سردار ایرانی که در شهر یاسوج قرار دارد هم مخالفت می‌شود و کسانی که دغدغه هویت ایران و ایرانی را دارند سکوت می‌کنند. در خصوص اسامی و کلمات ارمنی هم همین مشکل دارد طبق استعلام مورخ ۹۲/۵/۱۶ نام «رایموند» بیگانه محسوب می‌شود و در نتیجه تبلیغ چنین کلمه‌ای برای فروشگاه، خدمات یا محصولات غیرقانونی است.

مشاهده می‌شود که تصویب چنین قوانینی تضعیف‌کننده انسجام ملی و مخل زندگی مسالمت‌آمیز ادیان و قومیت‌هاست. آیا منطقی است که یک مسلمان از انتخاب نام ارمنی یا زرتشتی برای واحد صنفی خود منع شود؟ اگر یک ارمنی یا زرتشتی بخواهد نامی اسلامی بر واحد صنفی خود بگذارد تکلیف چیست؟ ظاهراً نه تنها منع بلکه احتمالاً تشویق هم خواهد شد. آیا این سیاست عادلانه و منصفانه است؟

استعلام برخی کلمات و اصطلاحات دیگر به شرح زیر است:

دلژین (۱۳۹۶/۱۱/۱۷) لفظ گویشی است و در تهران مفهوم ندارد چنانچه در مناطق کردنشین به کار رود بلامانع است
روژان: استفاده فقط در مناطق کردنشین
برج واژه‌ای بختیاری (۹۲/۴/۴) به معنی درخشش است در مناطق بختیاری زبان بلامانع است
بریسکان (۹۳/۱۰/۲۹) به معنی درخشنده واژه‌ای کردی است و استفاده از آن در مناطق کردنشین بلامانع است
پرشه (۹۲/۵/۹) واژه کردی به معنی درخشش و پشنگ آب است استفاده در مناطق کردنشین بلامانع است
وستاخ (۹۴/۲/۲۸) و ترکیب‌های آرایه وستاخ باستان و وستاخ عمران باستان و عمران وستاخ پارسیان و عمران وستاخ پاسارگاد و آرایه‌بندی وستاخ باستان بلامانع است
ویشتا (۹۳/۳/۲۴) واژه‌ای گیلکی به معنی گرسنه است و استفاده در استان گیلان بلامانع است
هانمید (در گویش کرمانی به معنی کافی در استان کرمان بلامانع است)
هاوژین (کردی است و در مناطق کردنشین بلامانع است)
هه لگر (۹۳/۵/۱۵) واژه‌ای کردی است به معنی بردارنده و استفاده در مناطق کردنشین بلامانع است
هیرا (۹۲/۶/۲۳) واژه‌ای کردی به معنی فراخ و وسیع است و استفاده از آن در مناطق کردنشین بلامانع است
یازلان (۹۴/۴/۲۴) واژه‌ای ترکی است و استفاده از آن در مناطق ترک‌نشین بلامانع است
یاشل (۹۳/۷/۱۵) استفاده در مناطق ترک‌نشین بلامانع است
یشیل (۹۲/۱۲/۱۷) واژه‌ای ترکی به معنی سبز است و استفاده از آن در مناطق ترک‌نشین بلامانع است

البته برخی استعلام‌ها جالب‌تر می‌شود برای مثال در مورد واژه «هونونوی» پاسخ فرهنگستان به شرح زیر بوده است:

هونونوی (هُنُونِي)	غیربیگانه	---	۳۳۶۷	۲۶ آذر ۱۳۹۶	استفاده از واژه هونونوی در شیراز بلامانع است
--------------------	-----------	-----	------	-------------	--

از طرفی این واژه با گویش شیرازی (در جنوب غربی ایران) به معنی هنر کردن یا کارویژه کردن است. حال این پرسش مطرح می‌شود که ظاهراً برای فارس‌ها هم محدودیت‌هایی وجود دارد. با این استدلال استفاده از نام «بگو بسون» که در گویش اصفهانی به معنای «بگو و بگیر» است ممنوع می‌شود و البته صدها واژه دیگر کرمانی و یزدی و مشهدی هم همین وضعیت را پیدا می‌کنند.

همان‌طور که می‌دانیم یکی از سرمایه‌های بسیار مهم هر واحد صنفی در حوزه برندسازی ایجاد می‌شود؛ علاوه بر این چشم‌انداز فعالیت واحدهای صنفی ایجاد می‌کند که مانند هر کشور دیگری آنان به فعالیت فراتر از مرزها و استفاده از زبان انگلیسی علاقمند باشند.

حال ببینیم نظر فرهنگستان زبان فارسی درباره نام‌هایی که واژه الکترونیک در آن‌ها به کار رفته

چیست؟

واژه	نوع واژه	معادل	شماره استعلام	زمان پاسخ استعلام	توضیحات
آیریس کرونا الکترونیک	بیگانه	---	۶۴۷	۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۵	
التاتو الکترونیک پنج نخل	بیگانه	---			
الکترو اسپارک	بیگانه	---	۲۶۰۳	۹ آبان ۱۳۹۵	
الکترو زئیر	بیگانه	---			
الکتروکاپاسیته	بیگانه	---			
الکترونیک اسپیر پارت	بیگانه	---	۱۸۴۴	۲۴ مرداد ۱۳۹۵	
ایونیک (۹۴/۴/۲۰) و ترکیب های فناوریان اویونیک مینا و فناوریان ایونیک گستر فارسی نیست متقاضی در صورت تمایل می‌تواند به جای ایونیک از معادل الکترونیک هواپیما استفاده کند	بیگانه	---			
بردر الکترونیک	بیگانه	---			
پاردیک الکترونیک (۹۱/۷/۱۰)	غیربیگانه	---			

			---	بیگانه	پتانسیل (۹۳/۷/۱۵) و ترکیب سپهر پتانسیل آسیا و پتانسیل الکترونیک فارسی نیست پتانسیل فقط در متون علمی پذیرفته شده است
استفاده از ترکیب توسعه الکترودهای گرافیتی مکران برای شرکت مورد نظر که کارشان مرتبط با الکترودهای گرافیتی است بلامانع است	۰۲ آبان ۱۳۹۶	۲۹۲۳	---	غیربیگانه	توسعه الکترودهای گرافیتی مکران
	۲۹ مهر ۱۳۹۴	۲۸۶۶	---	بیگانه	خدمات الکترونیک مارکویک
			---	غیربیگانه	شادسا (۹۴/۴/۲۰) و ترکیب شبکه الکترونیک توسعه شادسا بلامانع است
			---	غیربیگانه	فوتون (۹۳/۷/۷) و ترکیب مهندسی فوتون الکترونیک
			---	بیگانه	میکا الکترونیک

در چند سال گذشته شرکت «باریج اسانس» توانسته از گیاهان سنتی ایرانی به خصوص منطقه کاشان تولیداتی را به سراسر جهان صادر کند و ضمن اشتغال‌زایی و درآمدزایی خود را در بازارهای جهانی تثبیت کند؛ حال پاسخ استعمال فرهنگستان زبان را ببینیم:

			-----	بیگانه	باریج اسانس (۹۲/۴/۴) به کاربردن باریج بلامانع است اما اسانس فارسی نیست و فرهنگستان عطرمایه را در برابر آن تصویب کرده است.
--	--	--	-------	--------	---

واقعاً هر مراجعه کننده‌ای در برابر این منطق مستاصل خواهد شد. آیا شرکت باریج اسانس باید در خارج از یک نام تجاری و در داخل از نام تجاری دیگری استفاده کند. چرا شرکت‌هایی با نام‌هایی مانند «دنیس تریکو»، «الکترواستیل»، «آذراستیل»، «الکتروایران»، «سپاهان‌استیل»، «ایران‌پروفیل» و هزاران واحد صنفی مشابه باید نام خود را تغییر دهند. مگر این تغییر نام چه قدرت جادویی دارد و تا چه اندازه باعث نفوذ یا عدم نفوذ بیگانگان می‌شود.

تذکر: در سامانه ثبت شرکت‌ها آمده است: «ابتدا نوع شرکت را انتخاب نمایید. سپس به ترتیب ۵ اسم را پیشنهاد دهید. (اسامی پیشنهادی می‌بایست دارای ریشه فارسی باشد، لاتین نباشد، با شئون انقلاب اسلامی ایران منافات نداشته باشد، دارای اسم خاص باشد، تکراری نباشد.) همین موضوع باعث شده که بین وزارت فرهنگ و ثبت شرکت‌ها موازی کاری بوجود آید؛ یعنی سازمان مذکور نام شرکتی را ثبت می‌کند و چند سال بعد وزارت فرهنگ به آن شرکت اخطار

می دهد که تابلوی خود را پایین بکشد.

پرسش از وزیر درباره قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه

مشروح مذاکرات جلسه ۲۰۷ مجلس شورای اسلامی ۹۷/۲/۲۶ (در خصوص طرح سؤال علی مطهری از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی)

گزارش کمیسیون

خلاصه سؤال: علت عدم اجرای قانون منع استفاده از کلمات بیگانه چیست؟

نتیجه بررسی: در اجرای ماده (۲۰۹) آیین نامه داخلی مجلس و در پاسخ به نامه شماره (۳۲۲/۲۶۸۶) مورخ ۱۳۹۶/۹/۲۸ هیأت رییس محترم مجلس شورای اسلامی به استحضار می رساند: سؤال فوق در جلسه مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۶ این کمیسیون با حضور وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی و نماینده سؤال کننده مطرح شد.

ابتدا آقای دکتر مطهری در توضیح سؤال خود عنوان داشتند؛ بنده این سؤال را در دوره های هشتم و نهم هم از وزرای قبلی پرسیده ام، اما متأسفانه نه تنها در اجرای قانون پیشرفتی وجود نداشته، بلکه پس رفت هم داشته ایم. متأسفانه رواج کلمات بیگانه در اماکن عمومی و سردر فروشگاه ها و اسامی شرکت ها و غیره بیشتر از گذشته شده و نظارت بر آن نیز کم شده است. با نگاهی به سردر فروشگاه ها در تهران می بینیم اسامی انگلیسی یا اسامی فارسی که با حروف انگلیسی نوشته شده اند بسیار هستند و کلمات فارسی به صورت ریز در گوشه آورده شده، گویا از نوشتن کلمات فارسی خجالت می کشند و در بعضی غذاخوری ها فهرست غذا و قیمت کلاً انگلیسی است. در بسته بندی تولیدات داخلی که جنبه صادراتی هم ندارد به خط درشت انگلیسی نوشته شده است. با توجه به اهتمام مقام معظم رهبری بر پاسداشت زبان و خط فارسی و این که در قانون موجود، متولی اصلی نظارت بر این موضوع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، چرا در این خصوص کار جدی صورت نگرفته است؟

پس از توضیحات وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (آقای صالحی)؛ علی مطهری گفتند: سؤال من درباره علت سهل انگاری در اجرای «قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب سال ۷۵» است. شاهد هستیم که به کارگیری کلمات انگلیسی و لاتین در نام گذاری فروشگاه ها، غذاخوری ها، هتل ها و مهمانپذیرها، شرکت ها و همین طور در بسته بندی کالاها افزایش چشم گیری پیدا کرده و حالت فرهنگی و هویت جامعه اسلامی ما را

مخدوش کرده است. اسامی مانند: سون برای ماست، baby shop, big baby, body, mr. peach و teen sport برای فروشگاه‌ها و نام‌هایی مانند: stopburger, hot برای غذاخوری‌ها به وفور دیده می‌شود. همین‌طور زیاد مشاهده کردید که کلمه «sale» به جای حراج یا فروش فوق‌العاده و کلمه «off» برای تخفیف به کار می‌رود و با حروف درشت روی شیشه مغازه‌ها می‌زنند و هیچ نظارتی وهم برای این موضوع وجود ندارد.

معمولا کلمات انگلیسی و فارسی با حروف انگلیسی در بسته‌بندی کالاهای تولید داخل بر کلمات فارسی غلبه دارد و کلمه فارسی به صورت ریز در گوشه‌ای آورده می‌شود، به گونه‌ای که انسان نمی‌فهمد این کالا تولید داخل است یا خارج. گویی خجالت می‌کشند کلمه فارسی را واضح و درشت بنویسند. این‌گونه موارد مخالف صریح قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه است. تبصره (۵) این قانون می‌گوید: «کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و اماکن تولیدی و خدماتی و تجاری موظفند ظرف مدت دو سال از تاریخ ابلاغ این قانون، اسامی تولیدات و ظرف مدت یک سال نام اماکن خود را به نام‌ها و واژه‌های غیربیگانه برگردانند» و تبصره (۶) می‌گوید: «چاپخانه‌ها، مراکز طبع و نشر، روزنامه‌ها و سایر مطبوعات مکلف به رعایت این قانون هستند و در صورت تخلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است مطابق تبصره (۸) همین قانون با آن‌ها رفتار کند». حالا تبصره (۸) چه می‌گوید؟ می‌گوید: «تولید و توزیع کنندگان کالاها و صاحبان مراکز کسب و پیشه در صورت تخلف از این قانون به ترتیب به مجازات‌های زیر محکوم خواهند شد:

الف. اخطار کتبی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

ب. تعویض علایم و نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین پس از اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط وزارت کشور یا دستگاه‌های ذی‌ربط با هزینه متخلف.

ج. تعطیل موقت محل کار.

د. لغو پروانه کار.»

ممکن است بگویید پس بخشی از اجرای قانون از دست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خارج است ولی ماده (۱۶) آیین‌نامه اجرایی این قانون تکلیف این موضوع را روشن کرده، می‌گوید: «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیروی انتظامی موظفند با اختصاص واحدی متناسب برای اجرای قانون و این آیین‌نامه اقدام نمایند». یعنی متولی اجرای قانون را وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار داده، پس قانون مشخص و آیین‌نامه اجرایی آن از سال ۷۸ موجود است و متولی

اجرا هم روشن است ولی نگاهی به تابلوهای فروشگاه‌ها، شرکت‌ها، غذاخوری‌ها، هتل‌ها و سایر اماکن عمومی خصوصاً در شهرهای بزرگ نشان می‌دهد که اسامی و عناوین انگلیسی و اسامی و عناوین فارسی با حروف انگلیسی در سال‌های اخیر رو به افزایش بوده و اگر اقدامی در اجرای این قانون صورت گرفته، کاهش این پدیده محسوس نبوده، به گونه‌ای که به نظر می‌رسد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اجرای قانون، سهل‌انگاری کرده و اساساً این پدیده را یک مساله و معضل نمی‌داند. در حالی که این امر زمینه‌ای برای رواج فرهنگ غربی است، چون هر زبانی با خودش فرهنگ خودش را می‌آورد، به تعبیر رهبر انقلاب: «چقدر دولت انگلیس و آمریکا باید پول خرج کنند تا بتوانند این طور آسان زبان خودشان را در میان یک ملت بیگانه ترویج کنند؟ اسم فارسی را با خط لاتین می‌نویسند یا اسم‌های فرنگی روی محصولات تولید شده داخل ایران می‌گذارند. من از این احساس خطر می‌کنم»....

وقتی انگلیسی‌ها وارد هندوستان شدند، زبان فارسی را که از زبان‌های رسمی هند بود و مکاتبات اداری به فارسی انجام می‌شد، حذف کردند و زبان انگلیسی را جایگزین آن کردند و این امر تاثیر زیادی در انتقال فرهنگ غربی داشت. در کشور ما ایران خطر هنوز به این درجات و مراتب نرسیده ولی بی‌تفاوتی مسئولان فرهنگی کشور نسبت به رواج اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه ما را در همان مسیر قرار داده است. امروز اعداد در مقام‌های دولتی به انگلیسی ذکر می‌شود. البته ما توجه داریم که به کار بردن نشانه‌های صنعتی مثل سامسونگ یا سونی منعی ندارد ولی در همین موارد هم قانون می‌گوید که این اسامی با حروف فارسی باید سه برابر آن با حروف انگلیسی باشد ولی این امر رعایت نمی‌شود.

از طرف دیگر کالاهایی وجود دارد که تولید داخل است و فقط بخشی از آن به خارج صادر می‌شود. (فرهنگی - آقای دکتر! از مجموع وقت شما، سه دقیقه باقی مانده است) چه ضرورتی است که مجوز اسم خارجی به این قبیل کالاها داده می‌شود و نوشته‌های بسته‌بندی آن هم کاملاً انگلیسی است؟ نمونه آن شکلات یا آدامس وایت است که در هر دکه روزنامه‌فروشی هم به فروش می‌رسد. آیا اگر کالایی صادراتی هم است بهتر نیست نام فارسی داشته باشد تا نوعی ترویج زبان فارسی باشد که زبان دوم دنیای اسلام است و البته آن نام با حروف انگلیسی در آن جا می‌تواند بیاید... در پایان جلسه نمایندگان پاسخ وزیر را کافی ندانسته و به او کارت زرد دادند.

همان‌طور که خلاصه انتقادات آقای علی مطهری نشان می‌دهد بیشتر تاکید او بر گسترش زبان و نوشتار انگلیسی بوده است؛ اما مشاهدات محقق نشان می‌دهد بیشترین تمرکز وزارت

فرهنگ و فرهنگستان علوم در چند سال گذشته بر منع به کارگیری اسامی زبان‌های محلی در سراسر کشور بوده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود وزارت فرهنگ ضمن اصلاح ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی؛ اندک امکانات موجود خود را بر منع به کارگیری زبان بیگانه (خارجی) بگذارد. البته در این زمینه هم باید اولویت در بخش دولتی باشد و در بخش خصوصی بیشتر به کارهای فرهنگی اقدام نماید و همین ضرورت را به گوش نمایندگان مجلس برساند.

گفتار چهارم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد در جوامع نام‌باور که اسم‌ها دارای قدرت جادویی هستند؛ این باور وجود دارد که کنترل اسم‌ها مساوی با کنترل واقعیت است. به سخن دیگر به کارگیری، عدم به کارگیری یا تغییر در اسم‌ها ما به ازای واقعی و عینی در جهان خارج خواهند داشت. از همین زاویه می‌توان به بررسی عملکرد «فرهنگستان زبان فارسی» پرداخت. عملکرد این نهاد در دوره قبل و بعد از انقلاب نشان می‌دهد که در دوران قبل از انقلاب هدف اصلی فرهنگستان جایگزینی کلمات عربی و ارائه معادل برای واژه‌های تخصصی علوم مختلف بوده است؛ اما بعد از انقلاب اهدافی مانند حفظ و کنترل پدیده‌ها با جایگزین کردن کلمات عمدتاً غربی به اهداف قبلی اضافه می‌شود. برای مثال واژه «خمیراک» به جای «ماکارونی»؛ «خمیربرگ» به جای «لازانیا»؛ «چرخ‌بال» به جای «هلی‌کوپتر» و «رایانه» به جای «کامپیوتر» توسط فرهنگستان پیشنهاد می‌شود. در جوامع غیر نام‌باور؛ اگر خوراک یا وسیله‌ای اختراع یک کشور دیگر است؛ جز در موارد استثنایی ضرورت چندانی به معادل‌سازی احساس نمی‌شود. به همین دلیل در بیشتر زبان‌های دنیا معادل بومی برای «پیتزا» یا «هلی‌کوپتر» ارائه نشده است. اما در جوامع نام‌باور که باور دارند با جایگزین کردن یک اسم آن را بهتر کنترل می‌کنند؛ صد البته که پیتزا به کش لقمه تبدیل می‌شود. اگر باور این است که گفتن چرخ‌بال به جای هلی‌کوپتر؛ احتمال کنترل آن را بیشتر و شاید تولیدش را هم راحت‌تر کند پس حتماً باید هلی‌کوپتر را چرخ‌بال نامید.

به همین ترتیب مطالعه نام‌باوری نشان می‌دهد که این الگوی زبانی چه تاثیری بر رفتارهای اجتماعی می‌گذارد. نام‌باوری یکی از عوامل تقویت ذهنیت اسطوره‌ای است و البته از آن تاثیر هم می‌گیرد. ذهنیت اسطوره‌ای مانعی برای طرح و تحلیل منطقی موضوعات است. در فرهنگی که نام‌ها قدرت جادویی و فوق بشری دارند برای کاستن یا خنثی کردن قدرت نام‌ها باید نام‌های دیگری را به زبان آورد. برای مثال هنگامی که از «مرگ» سخن گفته می‌شود باید با به کار بستن

کلمات دیگری احتمال وقوع آن را خنثی کرد. برای همین پیش از بر زبان آوردن نام مرگ گفته می‌شود «زبانم لال» یا «دور از جون». به همین ترتیب بهترین راه حل برای دور کردن «جن» گفتن «بسم الله» است و بهترین راه حل برای از بین بردن «فساد و تبعیض» آن است که مدام «عدالت، عدالت» بگوییم. به همین ترتیب می‌توان گفت دلیل اصلی تدوین انبوهی از اهداف، سندها، الگوها، قوانین و نقش‌های جامع در کشور ما ریشه در همین فرهنگ نام‌باور دارد. مهم این است که قانون مبارزه با فساد، سند چشم‌انداز، منشور حقوق شهروندی و الگوی جامع پیشرفت تدوین شود؛ برای اجرا کافی است نام آن مدارک را تکرار کنیم.

یکی دیگر از پیامدهای نام‌باوری و ذهنیت اسطوره‌ای باور به این عقیده است که می‌توان از ترکیب دو نام یک نام جدید ساخت و این نام جدید الزاماً واقعیت پیدا خواهد کرد. به همین دلیل است که برخی افراد از ترکیب اقتصاد، بانک، دموکراسی و... با اسلام؛ نتیجه گرفتند که «اقتصاد اسلامی»، «بانکداری اسلامی»، «دموکراسی اسلامی یا دینی» و... الزاماً وجود و هویت مستقلی خواهند یافت که بهتر از نمونه‌های تجربه شده قبلی است. اما مرور زمان و واقعیات نشان داد با این الگوی زبانی چسب و وصله‌ای نمی‌توان طرحی نو در انداخت و در عالم واقع تغییری ایجاد کرد. همچنین به نظر می‌رسد بین گسترش فرهنگ نام‌باوری با کاهش فرهنگ واقع‌گرایی رابطه وجود دارد. هرچه در جامعه‌ای نام‌ها بیشتر برجسته می‌شوند واقعیت‌ها بیشتر فراموش می‌شوند. در دیوار شهرهای ما از نام خیابان و مدارس گرفته تا بیمارستان روزهای هفته، پر از نام‌های خوب اسلامی و انسانی است؛ اما آیا در بطن زندگی در این شهرها هم همین اندازه اخلاق و انسانیت وجود دارد؟ تجربه به کارگیری نام‌های اسلامی برای مؤسسات مالی و بانک‌ها مانند آل‌طه، محمد رسول‌الله، ثامن الحجج، ثامن الائمه نشان داد استفاده از یک نام نمی‌تواند کوچک‌ترین تاثیری در کاهش دزدی و فساد آن‌ها داشته باشد. این مؤسسات که اکثراً با رانت ایجاد شده بودند؛ در نهایت مرتکب خلاف و کلاه‌برداری شدند؛ زیرا نام‌ها هیچ کاری نمی‌کنند جز این که به بازیچه دست شعبده‌بازان تبدیل شوند تا مردم ساده‌لوح و نام‌باور را فریب دهند.

همان‌طور که در این مطالعه نشان داده شد پیامدهای برخی از قوانینی که با رویکرد نام‌باورانه‌ای تدوین می‌شود بسیار آسیب‌زا است. برای مثال طبق ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه: «افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی یا گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در

نام‌گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط به خود در همان مناطق استفاده کنند.» نتیجه آن‌که فردی در اصفهان نمی‌تواند نام شرکت یا مغازه خود را «مارال» بگذارد؛ زیرا این نام ترکی است و باید فقط در خطه آذربایجان استفاده شود! این قانون دو آسیب جدی دارد: اول آن‌که موجب افزایش شکاف‌های قومی، فرهنگی و مذهبی می‌شود و در نتیجه انسجام و همبستگی ملی را تضعیف می‌کند. دوم این‌که مانعی برای کسب و کار است و مجوز و مانعی را به مجوز و موانع موجود می‌افزاید.

هرچند مهم‌ترین دلیل مدافعان قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه؛ صیانت از هویت ایرانی و زبان فارسی است؛ اما متأسفانه این قانون موجب ایجاد احساس بی‌عدالتی فرهنگی و قومیتی و در نتیجه کاهش همبستگی اجتماعی شده است. این پرسش وجود دارد که آیا تمرکز و تأکید صرف بر زبان فارسی و فراموش کردن حقوق ایرانی‌های غیرفارس‌زبان، گامی در تحکیم و صیانت از هویت ایرانی است یا ضربه‌ای به این هویت و انسجام ملی محسوب می‌شود. در نتیجه باید گفت این قانون تضاد و شکاف‌های قومی را فعال می‌کند و به حفظ هویت ایرانی و انسجام ملی آسیب می‌زند. لازم به ذکر است برخی از افراد که دغدغه حفظ زبان و هویت ایرانی را دارند و با تصویب قوانین سخت‌گیرانه برای صیانت از آن موافق هستند با تغییر نام اماکن عمومی (مانند شهرها، خیابان‌ها، محلات، ابنیه تاریخی و...) که از بنیان‌های حفظ هویت تاریخی محسوب می‌شود هیچ مخالفتی نمی‌کنند. امروزه در ایران یک ساختمان و مدرسه و خیابان به نام حاکمان قبلی وجود ندارد درحالی‌که آن‌ها، چه خوب چه بد، بخشی از تاریخ این کشور بوده‌اند.

در پایان پیشنهاد می‌شود:

۱. باتوجه به این‌که قانون «منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه»؛ به سازوکاری برای اخطار دادن به وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی تبدیل شده و هر سه وزیر قبلی (آقایان حسینی، جنتی و صالحی) به دلیل کوتاهی در اجرای این قانون کارت زرد گرفته‌اند وزارت فرهنگ با برگزاری همایشی ابعاد موضوع را بررسی کند تا نقش، جایگاه و انتظارات از وزارت فرهنگ شفاف شود. مشارکت اعضای محترم کمیسیون فرهنگی مجلس در این همایش بسیار ضروری است.

۲. به عنوان راهکاری عاجل و کوتاه مدت و به منظور تسهیل در محیط کسب و کار؛ «آیین‌نامه اجرایی قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه» دوباره مورد بازبینی قرار گیرد

و این بار از نمایندگان اصناف و کارشناسان غیردولتی حوزه زبان و فرهنگ هم دعوت شود تا آیین‌نامه اجرایی صرفاً بازتاب خواسته‌های بخش کوچکی از کارمندان دولتی نباشد.

۳. با هدف حفظ انسجام و هویت ملی؛ قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه توسط اساتید و کارشناسان و همچنین نمایندگان اقوام مختلف ایرانی و با در نظر گرفتن رویکردهای متفاوت مورد بازبینی و اصلاح قرار گیرد.

پیوست

فهرست منابع:

- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۶) آسیب شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران- ناشر خانه کتاب
- بهرامی کمیل، نظام و همکاران (۱۳۹۶) تجربه اقتصاد مقاومتی در ایران جهان و ایران- انتشارت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- روستایی، م (۱۳۸۵) تاریخ نخستین فرهنگستان ایران- نشر نی
- شفیعی کدکنی، محمد رضا (۱۳۷۴) مفلس کیمیا فروش: نقد و تحلیل شعر انوری- انتشارات سخن، چاپ دوم
- شریف کاشانی، ملا حبیب الله (۱۳۸۴) خواص و مفاهیم اسماء الحسنی- مترجم محمدرسول دریانی، انتشارات صائب
- کاسیرر، ارنست (۱۳۶۷) زبان و اسطوره - فلسفه صورت‌های نمادین- ترجمه محسن ثلاثی، نشر نقره
- کاسیرر، ارنست (۱۳۷۸) فلسفه صورت‌های سمبلیک جلد دوم- ترجمه یدالله موقن، انتشارات هرمس، چاپ اول
- کاسیرر، ارنست (۱۳۶۰) فلسفه و فرهنگ- ترجمه بزرگ نادرزاده، مرکز ایرانی مطالعه فرهنگها، چاپ اول
- کاسیرر، ارنست (۱۳۷۷) اسطوره دولت- ترجمه یدالله موقن، انتشارات هرمس، چاپ اول
- کریتس وستا سرخوش (۱۳۸۸) اسطوره‌های ایرانی- ترجمه عباس مخبر، نشر مرکز، چاپ هفتم
- گمپرتس، تنودور (۱۳۷۵) متفکران یونانی- ترجمه محمدحسن لطفی، انتشارات خوارزمی، چاپ اول
- ماریوت، آلیس و راجلین، کارول (۱۳۹۲) اسطوره‌های سرخپوستان آمریکا- ترجمه محمد شریفی، نشر نون، چاپ دوم
- مدرسی، یحیی (۱۳۶۸) درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان- مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، چاپ اول
- مدرسی، محمد تقی (۱۳۷۷) تفسیر هدایت؛ ترجمه احمد آرام؛ ناشر: آستان قدس رضوی
- میلانی، عباس (۱۳۸۲) تجدد و تجدیدستیزی در ایران- نشر اختران، چاپ چهارم
- ناتل خانلری، پرویز (۱۳۴۰) زبان و جامعه- ماهنامه سخن دوره یازدهم شماره ۶

- وارداف، رونالد (۱۳۹۳) درآمدی بر جامعه شناسی زبان- ترجمه رضا امینی؛ نشر بوی کاغذ
- وایس، جان (۱۳۸۰) سنت فاشیسم- ترجمه عبدالمحمد طباطبایی یزدی، انتشارات هرمس، چاپ اول
- صحیفه امام؛ ج ۶

<http://farsi.khamenei.ir/news-content?id=28427>

<http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=28998>

<http://english.yonhapnews.co.kr/national/2014/12/03/95/>

<http://www.tibf.ir/news/554e107c3b00003e1d17a32d>

<http://www.rasaneh.org/NSite/FullStory/News/?Id=2072>

<http://khabarnema.ir/archive/7407.html>

<http://kordestan.isna.ir/Default.aspx?NSID=5&SSLID=46&NID=7068>

<http://www.mehrnews.com/news/1511631/>

<http://www.irna.ir/fa/News/82945260>

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1396/07/18>

پیوست ۱: مشروح مذاکرات جلسه ۲۰۷ مجلس شورای اسلامی ۹۷/۲/۲۶ (در خصوص طرح سؤال علی مطهری از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی)

گزارش کمیسیون

خلاصه سؤال:

علت عدم اجرای قانون منع استفاده از کلمات بیگانه چیست؟

نتیجه بررسی:

در اجرای ماده (۲۰۹) آیین نامه داخلی مجلس و در پاسخ به نامه شماره (۳۲۲/۲۶۸۶) مورخ ۱۳۹۶/۹/۲۸ هیأت رییس محترم مجلس شورای اسلامی به استحضار می‌رساند: سؤال فوق در جلسه مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۶ این کمیسیون با حضور وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی و نماینده سؤال کننده مطرح شد.

ابتدا آقای دکتر مطهری در توضیح سؤال خود عنوان داشتند: بنده این سؤال را در دوره‌های هشتم و نهم هم از وزرای قبلی پرسیده‌ام، اما متأسفانه نه تنها در اجرای قانون پیشرفتی وجود نداشته، بلکه پس رفت هم داشته‌ایم. متأسفانه رواج کلمات بیگانه در اماکن عمومی و سردر فروشگاه‌ها و اسامی شرکت‌ها و غیره بیشتر از گذشته شده و نظارت بر آن نیز کم شده است. با نگاهی به سردر فروشگاه‌ها در تهران می‌بینم اسامی انگلیسی یا اسامی فارسی که با حروف انگلیسی نوشته شده‌اند بسیار هستند و کلمات فارسی به صورت ریز در گوشه آورده شده، گویا از نوشتن کلمات فارسی خجالت می‌کشند و در بعضی غذاخوری‌ها فهرست غذا و قیمت کلاً انگلیسی است. در بسته‌بندی تولیدات داخلی که جنبه ی صادراتی هم ندارد به خط درشت انگلیسی نوشته شده است. با توجه به اهتمام مقام معظم رهبری بر پاسداشت زبان و خط فارسی و این که در قانون موجود، متولی اصلی نظارت بر این موضوع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، چرا در این خصوص کار جدی صورت نگرفته است؟

جناب آقای دکتر صالحی وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی در پاسخ سؤال اظهار داشتند: دغدغه جناب آقای مطهری به حق است و بنده به شدت با ایشان همراهم. زبان فارسی بخش مهمی از هویت ماست و کمتر دیده شدن نمادهای زبان فارسی بخش مهمی از هویت ماست و کمتر دیده شدن نمادهای زبان فارسی بخشی از تهدید هویتی است و این موضوع دغدغه رهبر معظم انقلاب نیز بوده و هست. در سال ۱۳۹۴ به پیشنهاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی «شورای هماهنگی پاس داشت زبان فارسی» به دولت منتقل شد و آیین نامه اجرایی قانون

ممنوعیت به کارگیری کلمات بیگانه در دولت تصویب شد. از جمله کارهایی که انجام شده و یا در حال انجام است، راه اندازی سامانه تاییدیه طرح و تابلوی سردر واحدهای صنفی، تشکیل بانک اطلاعاتی اسامی مجاز و غیر مجاز با استعلام از فرهنگستان ادب فارسی، تشکیل ستاد قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی و کلمات بیگانه در تهران و استان‌ها، تهیه و تدوین دستورالعمل قانون مربوطه که در آن وظایف دستگاهی مشخص شده است و صدور اخطار، ارجاع به نیروی انتظامی و در مواردی توقیف برای متخلفین است. اما اجرای کامل این قانون نیاز به همراهی بیشتر دستگاه‌های مربوطه دارد و در خیلی موارد ضمانت اجرایی وجود ندارد.

در پایان با توجه به عدم اتمام سؤال کننده از توضیحات وزیر، کمیسیون قلمرو سؤال را « ملی » دانست. والسلام علیکم و رحمہ اللہ
دبیر (وکیل) - خیلی متشکرم.

نایب رییس (پزشکیان) - وزیر محترم را دعوت بفرمایید.

دبیر (وکیل) - جناب آقای دکتر صالحی! جناب عالی (۱۵) دقیقه فرصت دارید، که می شود فرمایشاتان را در دو مرحله ارائه بفرمایید.

سید عباس صالحی (وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) -

بسم الله الرحمن الرحيم و به نستعين

خدمت جناب آقای دکتر پزشکیان رییس محترم جلسه، هیأت ریسه محترم و همه نمایندگان معزز مجلس شورای اسلامی عرض سلام دارم.

دغدغه‌ای را که جناب آقای دکتر مطهری در سؤال شان مطرح کردند دغدغه مهم، ارزشمند و جدی داشت و من به سهم خودم تشکر می کنم از این که جناب آقای دکتر مطهری با این نگاه و پیگیری، مساله مهمی از مسایل فرهنگی و ملی ما را تعقیب می کنند.

من به اختصار پاره‌ای از اقدامات انجام شده را خدمت شما عرض می کنم. برخی از اقدامات مقدماتی بود برای این که ما حرکت مان را با سرعت جلو ببریم. اصلاحیه آیین نامه قانون که به هیأت وزیران رفت و به تصویب رسید، تشکیل دبیرخانه پاس داشت زبان فارسی، کارگروه پاس داشت زبان فارسی و شورایی که تشکیل شده است و تاکنون هشت جلسه داشته‌ایم و در همین دوره دولت دوازدهم هر فصل یک جلسه برگزار شده است. همچنین بانک اطلاعاتی از واژگان مجاز و غیر مجاز با همکاری فرهنگستان زبان فارسی انجام شده که این هم به این کمک می کند تا مسیری را که ما در ادامه راه داریم بتوانیم با دقت و سرعت پیش ببریم. در کنار این، کارهای

مقدماتی که انجام شده چند اقدام اساسی در این ماه‌های اخیر اتفاق افتاده است که من به دو اقدام اصلی اشاره می‌کنم:

اقدام اول: تهیه و تصویب دستورالعمل متن و طرح تابلوهای سردر اماکن است که این متن آماده ابلاغ است که دستورالعمل تدوین تابلوها چه از لحاظ نوشتار و چه از لحاظ طراحی، نهایی است و ابلاغ می‌شود.

اقدام دوم: که کار بسیار اصلی و اساسی بوده، بحث سامانه سردر اصناف است. این سامانه که اکنون شش ماه از کار آزمایشی آن می‌گذرد و از خرداد ماه رسمیت نهایی پیدا می‌کند و در کل کشور اجرا می‌شود، کار بسیار مهم و اساسی است. متقاضیان صنفی در این سامانه هوشیار که عملاً این امکان را می‌دهد که هر متقاضی با ورود به این سامانه نامی را که درخواست می‌کند اگر با قانون منطبق نباشد در همان آغاز کار امکان ثبت پیدا نمی‌کند، تایید نمی‌شود و همچنین این سامانه این فرصت را پدید می‌آورد تا تمامی اصناف که در کشور هستند تابلوهایشان واحد به واحد در داخل این سامانه دیده می‌شود. کنترل هوشمند اسامی بیگانه در فضاهای صنفی اتفاق می‌افتد، دیگر نیاز نیست نیروی انتظامی یا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا واحد دیگری واحد به واحد بخواهد مراجعه کند تا ببیند آیا قانون رعایت شده یا خیر. این سامانه که نهادهای مختلف در ارتباط با آماده‌سازی و بعد هم در مرحله اجرا در آن حضور دارند، فرصتی را برای این ایجاد می‌کند که ما به‌طور هم‌زمان همه واحدهای صنفی کشور را هم واحدهایی که متقاضی هستند، هم واحدهایی که در حال اجرا هستند را کنترل جدی داشته باشیم.

بسیار امیدواریم که از خرداد ماه که این سامانه از مرحله شش ماه آزمایشی اش عبور می‌کند و وارد مرحله رسمیت اجرایی اش در سراسر کشور می‌شود، مشکل ما در فضای واحدهای صنفی در ارتباط با کاربرد اسامی بیگانه بسیار بسیار به حداقل برسد و ما این مشکل را کمتر داشته باشیم. در کنار این دو اقدام اصلی، دستورالعمل مصوب و سامانه سردر اصناف که از خرداد ماه اجرایی می‌شود کارهای دیگری هم اتفاق افتاده، من به دو - سه مورد اشاره می‌کنم. با هماهنگی‌هایی که با فرهنگستان اتفاق افتاده است، زمان استعلام‌ها را در ارتباط با بحث واژگان و استعلام واژگان تقلیل دادیم که فرهنگستان در دو هفته پاسخ استعلام‌ها را بدهد. ارتباطات خوبی با نیروی انتظامی و وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت و وزارت امور اقتصادی و دارایی و اتحادیه‌های اصناف اتفاق افتاده برای این که ما بتوانیم کار جاری خودمان را با سرعت بیشتری انجام بدهیم. در طول این زمانی که این مسیر را دنبال کرده‌ایم کارهای نظارتی خودمان را هم با دقت و پیگیری تعقیب

کردیم. پیش از (۶۸۰) اختاریه برای واحدهای صنفی مختلف ارسال شده است، (۵۹۶) نامه به نیروی انتظامی ارسال شده است.

من در این بخش از صحبتیم به همین مقدار بسنده می‌کنم، دغدغه جناب آقای دکتر مطهری را ارج می‌نهیم. شورا که با وزارتخانه و چند سازمان و مجموعه نهادهای عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان ریاست و دبیرخانه این شورا با جدیت این اهتمام را ارد که ما بتوانیم فضای اجتماعی خودمان را هم در حوزه تابلوها و هم در حوزه تبلیغات با یک کشوری متناسب کنیم که از هویت ملی و زبان فارسی پاسداری می‌کند.

ممنون و متشکر.

نایب رییس (پزشکیان) - آقای مطهری! شما بفرمایید.

علی مطهری (تهران، شمیرانات، ری، اسلامشهر و پردیس) -

بسم الله الرحمن الرحيم

از وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی جناب آقای صالحی که برای پاسخ به سؤال تشریف آورده‌اند تشکر می‌کنم. سؤال من درباره علت سهل‌انگاری در اجرای «قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصلاحات بیگانه مصوب سال ۷۵» است. شاهد هستیم که به کارگیری کلمات انگلیسی و لاتین در نام‌گذاری فروشگاه‌ها، غذاخوری‌ها، هتل‌ها و مهمانپذیرها، شرکت‌ها و همین‌طور در بسته‌بندی کالاها افزایش چشم‌گیری پیدا کرده و حالت فرهنگی و هویت جامعه اسلامی ما را مخدوش کرده است. اسامی مانند: سون برای ماست، baby shop, big baby, teen sport و body, mr. peach برای فروشگاه‌ها و نام‌هایی مانند: stopburger, hot : برای غذاخوری‌ها به وفور دیده می‌شود. همین‌طور زیاد مشاهده کردید که کلمه «sale» به جای حراج یا فروش فوق‌العاده و کلمه «off» برای تخفیف به کار می‌رود و با حروف درشت روی شیشه مغازه‌ها می‌زنند و هیچ نظارتی وهم برای این موضوع وجود ندارد.

معمولاً کلمات انگلیسی و فارسی با حروف انگلیسی در بسته‌بندی کالاهای تولید داخل بر کلمات فارسی غلبه دارد و کلمه فارسی به صورت ریز در گوشه‌ای آورده می‌شود، به گونه‌ای که انسان نمی‌فهمد این کالا تولید داخل است یا خارج. گویی خجالت می‌کشند کلمه فارسی را واضح و درشت بنویسند. این‌گونه موارد مخالف صریح قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه است. تبصره (۵) این قانون می‌گوید: «کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و اماکن تولیدی و خدماتی و تجاری موظفند ظرف مدت دو سال از تاریخ ابلاغ این قانون، اسامی

تولیدات و ظرف مدت یک سال نام اماکن خود را به نام‌ها و واژه‌های غیربیگانه برگردانند» و تبصره (۶) می‌گوید: «چاپخانه‌ها، مراکز طبع و نشر، روزنامه‌ها و سایر مطبوعات مکلف به رعایت این قانون هستند و در صورت تخلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است مطابق تبصره (۸) همین قانون با آن‌ها رفتار کند». حالا تبصره (۸) چه می‌گوید؟ می‌گوید: «تولید و توزیع کنندگان کالاها و صاحبان مراکز کسب و پیشه در صورت تخلف از این قانون به ترتیب به مجازات‌های زیر محکوم خواهند شد:

الف - اخطار کتبی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

ب - تعویض علائم و نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین پس از اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط وزارت کشور یا دستگاه‌های ذی‌ربط با هزینه متخلف.

ج - تعطیل موقت محل کار.

د - لغو پروانه کار.»

ممکن است بگویید پس بخشی از اجرای قانون از دست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خارج است ولی ماده (۱۶) آیین‌نامه اجرایی این قانون تکلیف این موضوع را روشن کرده، می‌گوید: «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیروی انتظامی موظفند با اختصاص واحدی متناسب برای اجرای قانون و این آیین‌نامه اقدام نمایند». یعنی متولی اجرای قانون را وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار داده، پس قانون مشخص و آیین‌نامه اجرایی آن از سال ۷۸ موجود است و متولی اجرا هم روشن است ولی نگاهی به تابلوهای فوشگاه‌ها، شرکت‌ها، غذاخوری‌ها، هتل‌ها و سایر اماکن عمومی خصوصاً در شهرهای بزرگ نشان می‌دهد که اسامی و عناوین انگلیسی و اسامی و عناوین فارسی با حروف انگلیسی در سال‌های اخیر رو به افزایش بوده و اگر اقدامی در اجرای این قانون صورت گرفته، کاهش این پدیده محسوس نبوده، به گونه‌ای که به نظر می‌رسد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اجرای قانون، سهل‌انگاری کرده و اساساً این پدیده را یک مساله و معضل نمی‌داند. در حالی که این امر زمینه‌ای برای رواج فرهنگ غربی است، چون هر زبانی با خودش فرهنگ خودش را می‌آورد، به تعبیر رهبر انقلاب: «چقدر دولت انگلیس و آمریکا باید پول خرج کنند تا بتوانند این طور آسان زبان خودشان را در میان یک ملت بیگانه ترویج کنند؟ اسم فارسی را با خط لاتین می‌نویسند یا اسم‌های فرنگی روی محصولات تولید شده داخل ایران می‌گذارند. من از این احساس خطر می‌کنم».

شهید مطهری می‌گوید: «وقتی که استقلال فکری نباشد یک روز پیشنهاد تغییر خط می‌شود،

یک روز پیشنهاد تغییر لباس و یک روز تغییر دیگر». تبعیت از مد، لباس و غذا خوردن، گفتن بای بای، گودبای و اسم فرنگی روی بچه گذاشتن، غذای فرنگی خوردن و لباس فرنگی پوشیدن، نشانه عدم استقلال فکری است. اهمیت ندادن به شعارهای ملی و دینی و پذیرفتن شعارهای دیگران دلیل بر عدم استقلال فکری است.

من بعضی دیگر از این اسامی را که شاید به چشم شما هم خورده باشد ذکر می‌کنم، از اتاق فرمان می‌خواهم که این اسامی را نمایش بدهند. فروشگاه‌هایی با نام: ساب زیرو، ال سی من، الگانس، سان سیتی، ست اسپورت، تورینو، سرفیکو، نایت هوم، الگانت، بالسا، تاپ، پدنسس، رمانس، دیزاین، فیکرز، اکسکات، تینا، ملیپنا، مورانو، ساندی، نایس کارپت، مرسی پاپا و از این قبیل. یا بستنی‌هایی با نام: پریم، میراکس، کارنیلو، موجیتو ویکتوریا، رابی و از این قبیل. حتی فروشگاه‌هایی پیدا شده‌اند که فاکتور انگلیسی به مشتری تحویل می‌دهند، یا در فهرست بعضی غذاخوری‌ها به جای فیله مرغ می‌گویند: «چیکن فیلت»، به جای میگوی سوخاری: «فراید شریمپ»، به جای ساندویچ ماهی: «فیش برگر»، به جای پیتزای مخصوص: «پیتزا اسپیشال» و به جای مرغ تند: «چیکن اسپایسی» می‌نویسند و گاهی کل فهرست غذا به زبان انگلیسی است، یا به جای تحویل در محل از کلمه «دلیوری» یا به جای تند از کلمه «چیلی» استفاده می‌کنند، همین‌طور از شهربازی به عنوان «تهران‌لند» و از پردیس سینمایی چندمنظوره به عنوان «مگامال» استفاده می‌شود. اخیراً هم صحبت از افتتاح «ایران‌مال» است. حتی بلیت‌های هواپیما به زبان انگلیسی شده، گرچه در اینجا وزارت راه هم مسئولیت دارد. البته رسانه ملی که این قانون را رعایت نمی‌کند و اداره ثبت شرکت‌ها هم که این اسامی را ثبت می‌کند مسئولیت دارند، گرچه متولی اجرای قانون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. همین‌طور که مشاهده کرده‌اید این مطالب را که نشان ندادند، اتاق فرمان نمایش بدهند. (فرهنگی - نمایش داده می‌شود) گرچه متولی اجرای قانون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، همین‌طور که مشاهده کرده‌اید تابلوها در بعضی نقاط شهرهای بزرگ و شهرهایی در غرب مازندران به گونه‌ای است که گویی در یکی از شهرهای اروپا هستیم. حتی به جای این که بنویسند «این فروشگاه به زودی افتتاح می‌شود»، می‌نویسند: «coming soon». آیا این‌ها جز خودباختگی و احساس خودکم‌بینی نسبت به فرهنگ غربی است و جز این است که با استفاده از کلمه انگلیسی و لاتین احساس شخصیت می‌کنیم؟ آیا این‌ها مصداق نفوذ فرهنگی نیست؟

البته شورای هماهنگی پاس داشت زبان فارسی تشکیل شده و جلساتی برگزار کرده، بنده هم

در یکی از این جلسات شرکت کردم ولی تا زمانی که کاهش محسوس این پدیده احساس نشود کاری صورت نگرفته است. ممکن است جلسات زیادی تشکیل شود، اما نتیجه عملی نداشته باشد. مساله مهم این است که ما چه اهمیت و ارزشی برای این موضوع قائل هستیم. ممکن است بعضی معتقد باشند که این پدیده مساله مهمی نیست و در دنیای امروز که به سوی جهانی شدن پیش می‌رویم باید تسلیم باشیم. ولی این حرف باطلی است. رواج زبان بیگانه در میان یک ملت لاجرم منجر به رواج فرهنگ آن زبان می‌شود و سبک زندگی آن‌ها را تغییر می‌دهد.

در مجلس هشتم که فراكسیون شاهد خدمت مقام معظم رهبری رسید وقتی یکی از افراد کلمه فراكسیون را به کار برد. ایشان فرمودند: چرا هنوز برای این کلمه معادل وضع نشده است؟ همچنین من به ایشان گفتم: سؤالی از وزیر در همین زمینه مطرح کردم، ایشان گفتند: سؤال از وزیر باید همین طور استخوان‌دار و اساسی باشد، نه سؤالاتی که وقت دولت و مجلس را می‌گیرد. همین طور در رسانه‌ها آمد که در یکی از سفرهای داخلی رهبر انقلاب وقتی خلبان با برج مراقبت به زبان انگلیسی صحبت کرد، ایشان فرموده بودند: آیا نمی‌شود در پروازهای داخلی با زبان فارسی با هم صحبت کنند؟

نکته قابل توجه این است، کشورهایی که الفبای عربی و فارسی خود را تبدیل به الفبای انگلیسی کردند در مدت کوتاهی از فرهنگ ملی و اسلامی خودشان دور شدند و تغییر هویت دادند. ترکیه بهترین نمونه آن است. مردم ترکیه قبلاً مثل ما همین قرآن عربی را می‌خواندند، اما الان قرآن با حروف انگلیسی را می‌خوانند که به هیچ وجه معانی قرآن در آن منتقل نمی‌شود. به این ترتیب ارتباط مردم ترکیه با گذشته خودشان و فرهنگ اسلامی قطع شده و البته در سال‌های اخیر اقداماتی برای بازگشت به اسلام انجام داده‌اند. همین‌طور تا چندین سال پیش حروف الفبای مردم مالزی همین حروف عربی و فارس بود، متأسفانه در دوره ماهاتیر محمد با آن که فرد آگاه و روشنی است حروف الفبایش را تبدیل به حروف انگلیسی کردند و اکنون نسل جوان این کشور قادر به خواندن قرآن عربی، استفاده از موارث اسلامی و معنوی خودشان نیستند و فرهنگ غربی هم به سرعت در مالزی گسترش پیدا کرده است. نمونه دیگر، کشور پاکستان است که زبان اردو و الفبای عربی و فارسی یکی از زبان‌های رسمی آن است، اما از چند سال پیش زبان تدریس در دانشگاه‌ها را زبان انگلیسی قرار دادند. نتیجه آن شده که اکنون اکثر جوانان این کشور از قرائت قرآن و ادعیه عربی و استفاده از متون اسلامی و برقراری ارتباط با گذشته فرهنگی خودشان عاجز هستند و ارتباط آن‌ها با فرهنگ اسلامی در حال قطع شدن است.

وقتی انگلیسی‌ها وارد هندوستان شدند، زبان فارسی را که از زبان‌های رسمی هند بود و مکاتبات اداری به فارسی انجام می‌شد، حذف کردند و زبان انگلیسی را جایگزین آن کردند و این امر تأثیر زیادی در انتقال فرهنگ غربی داشت. در کشور ما ایران خطر هنوز به این درجات و مراتب نرسیده ولی بی تفاوتی مسئولان فرهنگی کشور نسبت به رواج اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه ما را در همان مسیر قرار داده است. امروز اعداد در مقام‌های دولتی به انگلیسی ذکر می‌شود. البته ما توجه داریم که به کار بردن نشانه‌های صنعتی مثل سامسونگ یا سونی منعی ندارد ولی در همین موارد قانون می‌گوید که این اسامی با حروف فارسی باید سه برابر آن با حروف انگلیسی باشد ولی این امر رعایت نمی‌شود.

از طرف دیگر کالاهایی وجود دارد که تولید داخل است و فقط بخشی از آن به خارج صادر می‌شود. (فرهنگی - آقای دکتر! از مجموع وقت شما، سه دقیقه باقی مانده است) چه ضرورتی است که مجوز اسم خارجی به این قبیل کالاها داده می‌شود و نوشته‌های بسته‌بندی آن هم کاملاً انگلیسی است؟ نمونه آن شکلات یا آدامس وایت است که در هر دکه روزنامه فروشی هم به فروش می‌رسد. آیا اگر کالایی صادراتی هم است بهتر نیست نام فارسی داشته باشد تا نوعی ترویج زبان فارسی باشد که زبان دوم دنیای اسلام است و البته آن نام با حروف انگلیسی در آنجا می‌تواند بیاید.

روشن است که در حوزه تحصیل علم هیچ مخالفتی با استفاده از کتاب‌های علمی به زبان انگلیسی نداریم، بحث ما در حوزه زندگی اجتماعی مردم است. در هر حال به نظر می‌رسد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اراده کافی برای اجرای قانون نداشته، به اندازه کافی جدی نبوده، چون ما شاهد افزایش این پدیده هستیم. من آن تابلوهایی که دو، سه سال پیش بوده را هنوز می‌بینم همه آن‌ها هست، هیچ تغییری نکرده، بلکه در حال اضافه شدن است. ما زمانی می‌توانیم بگوییم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اجرای قانون موفق بوده که کاهش اسامی و عناوین بیگانه را بر سر در فروشگاه‌ها و سایر اماکن عمومی و در بسته‌بندی‌ها و غیره مشاهده کنیم. خیلی ممنون.

دبیر(فرهنگی) - دو دقیقه از وقتتان باقی ماند.

دبیر(وکیل) - خیلی ممنون. جناب آقای وزیر! از وقت جناب عالی هشت دقیقه باقی است.

سید عباس صالحی(وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) -

بسم الله الرحمن الرحيم

تشکر مجددی از جناب آقای مطهری دارم که این بحث را پیگیری کردند و می‌کنند و دغدغه‌هایی که در این صحبت هم ارائه کردند دغدغه‌های قابل توجهی است. همان‌طور که در بخش اول صحبت اشاره کردم این موضوع، موضوع تک‌دستگاهی نیست، موضوعی است که دستگاه‌های مختلفی با آن ارتباط دارند. به همین جهت در اصلاحیه آیین‌نامه و اتفاقاتی که در ادامه آن پدید آمد، این بحث هماهنگی دستگاهی بیشتر مورد توجه قرار گرفت، چون بخش قابل توجهی از آن به حوزه‌های متعددی مثل وزارت صنعت و معدن وزارت امور اقتصادی و دارایی، اتحادیه‌های اصناف و مجموعه‌های دیگری از قبیل برمی‌گشت.

به نظر می‌آید این اتفاقی که در این هشت ماهه اخیر افتاده است و من به آن اشاره کردم اتفاق بسیار مهمی است. من با جدیت این مساله را دنبال کرده و می‌کنم، چون با این نگاهی که جناب ایشان مطرح کردند کاملاً همراهم که پاسداشت زبان فارسی و هویت ملی به این است که اجزای بصری ما متناسب با این هویت باشد. با این نگاه در این مرحله هشت ماهه اخیر این دو اتفاق یعنی دستورالعملی که هم وزارت صنعت و معدن، هم اتحادیه اصناف، هم اقتصاد و دارایی، هم نیروی انتظامی، هم صدا و سیما، هم ارشاد و هم مجموعه‌های دیگر با آن همراهی کنند و از این دستورالعمل دفاع کنند، در حوزه طرح‌های تابلوها و نوشتار تابلوها، رسیدن به چنین توافقی که خود ایشان هم در دو جلسه در شورا حضور داشتند، در کارگروه بحث‌های بسیار طولانی بود، این‌گونه نیست که وقتی این مباحث در فضای بین‌دستگاهی مطرح می‌شود با اعمال نظر وزیر یا یک دستگاه اتفاق بیفتد، حتماً دستگاه‌های مختلف به اعتبار مسائل مختلفی که دارند نقطه نظرات متفاوتی دارند که تجمیع آن نقطه نظرات کار راحتی نیست.

دوستان! در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در کارگروه مربوطه و بعد هم در دو جلسه پیوسته شورا که ال‌ن آماده ابلاغ است، اتفاق بسیار مهمی افتاده است در این که ما به یک دستورالعمل مشترکی برسیم که این واحدها و سازمان‌ها از این دستورالعمل دفاع کنند.

همچنین نکته‌ای که عرض کردم بحث سامانه سردر اصناف، از مشکلاتی که ما در همین مواردی که جناب آقای مطهری نشان دادند و تاسف برانگیز است این بود که عملاً ارتباط بین دستگاهی گاهی خیلی زمان بر، بروکراسی شده و غیره بود. نیروی انتظامی گاهی می‌دید و گاهی نمی‌دید و اگر می‌دید این که آیا من می‌توانم مداخله مستقیم کنم یا نمی‌توانم؟ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌دید یا نمی‌دید، اگر می‌دید اختطاریه می‌فرستاد یا نمی‌فرستاد. اختطاریه می‌فرستاد آیا چه زمانی با آن برخورد صورت می‌گرفت؟ اما ویژگی مدیریت‌های هوشمند و سیستم‌های

سامانه‌ای ویژگی را دارد که همه این دستگاه‌ها به این سامانه سردر اصناف متصل هستند که از خردادماه اجرایی قطعی در کل کشور می‌شود. یعنی هر تابلویی را که در خیابان ایران، در خیابان نادری مشهد، در چهارباغ اصفهان یا هر جای دیگر است، تابلوی اصناف در آن سامانه مشخص است. اگر با واژگان مجاز مطابق باشد طبیعتاً مجاز است، اگر نباشد جرم مشهود است و قابل پیگیری است. برای این سامانه شش ماه غیر از مراحل اولیه اش در مرحله آزمایشی اتفاقات خوبی افتاده و الان آمادگی این را داریم که فضا را فضای رسمی نهایی کنیم. بنابراین من این استدعا را از جناب آقای مطهری دارم که قضاوتشان نسبت به این دوره اخیر در ارتباط با پیگیری این قضیه قضاوتی متناسب با اقدامات باشد. در این دوره فعال سازی کارگروه و این دو اقدام اصلی و چند اقدام دیگر به طور جدی مورد توجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده، چون از بن دندان معتقدیم این اتفاق، اتفاقی است که به هویت ملی، ایران اسلامی و زبان فارسی ما کمک می‌کند. البته هنوز راه نارفته داریم، ما در تبلیغات محیطی مشکلاتی داریم که در آن قسمت هم داریم کارهایی انجام می‌دهیم. با سازمان ثبت شرکت‌ها که فرمودند هم به مواعده‌هایی رسیدیم که قابل توجه است. این که اگر هم آن‌ها از لحاظ قواعد بین‌المللی محدودیت‌هایی را دارند، اما در ارتباط با فعالیت‌های تبلیغی این‌طور شرکت‌هایی که ثبت کرده‌اند و اسامی خارجی دارند در هنگام ثبت از آن‌ها تعهد بگیرند که در فضای داخل مقید به قوانین داخلی ایران باشند.

مقوله‌های دیگری را هم که به عنوان چالش‌های راه ما بوده به جدیت دنبال کرده و می‌کنیم. به نظر می‌آید مسیری که در دولت قبل اجمالاً آغاز شد و امروز در دولت دوازدهم با جدیت دوستان ما در دبیرخانه شورای پاسداشت زبان فارسی با اهتمام و حمایت بیشتر دنبال می‌شود، این امید را می‌تواند ایجاد کند که در آینده‌ای نزدیک شاهد این باشیم که اتفاقات بسیار خوبی را در فضای حفاظت از هویت و زبان فارسی خواهیم داشت. مجدداً از جناب ایشان و عزیزانی که در این محفل حضور دارند و به این بحث مهم بذل توجه کردند سپاسگذاری می‌کنم، ممنون و سپاسگذارم.

نایب رییس (پزشکیان) - آقای دکتر! دو دقیقه وقت دارید، بفرمایید.

علی مطهری (تهران، شمیرانات، ری، اسلامشهر و پردیس) - ببینید!

این که اقداماتی انجام شده و شورای پاسداشت زبان فارسی هم تشکیل شده، بنده هم دو، سه جلسه‌ای در آن شورا شرکت کردم، اما ما هیچ اقدام عملی در کاهش این مظاهر و کلمات بیگانه نمی‌بینیم. شما الان همین هتل اسپیناس پالاس را ببینید که درشت فقط با همین حروف انگلیسی

نوشته «Espinas palace» به طوری که شما از هوایما هم بالای شهر تهران کاملاً این را می بینید، بدون هر گونه کلمه فارسی یا مثلاً من به خود آقای وزیر چند ماه پیش گفتم قبل از سال نو که فروشگاه‌ها دائماً حراج می کنند و فروش فوق العاده دارند از کلمه «Sale» انگلیسی استفاده می کنند، از کلمه Off برای تخفیف استفاده می کنند و حتی می نویسند مثلاً: «50% Off up to»، همه انگلیسی است. گفتم شما همین یکی را حل کنید، یک نامه بدهید که تمام فروشگاه‌ها باید این تابلویشان را بردارند، ما کاری به بقیه اسامی نداریم، شما همین یکی را انجام بدهید. متأسفانه همین را هم انجام ندادند یا این که ما از نیروی انتظامی سؤال کردیم آیا به شما ابلاغ می شود که بروید در مورد این گونه تابلوها اقدام کنید؟ خود آقای استری فرمودند که نه، اصلاً به ما ابلاغ نمی شود. ببینید! ممکن است (۲۰۰) تا جلسه هم بگذاریم ولی ما اقدام عملی نداشته باشیم و کاهشی در این کلمات بیگانه وجود نداشته باشد. البته بنده زمانی که اداره جلسه را به عهده داشتم فکر می کردم بعد چطور از خودم سؤال کنم که آیا قانع شدم یا نه؟

نایب رییس (پزشکیان) - حالا من از شما سؤال می کنم، قانع شدید یا نه؟ آقای دکتر فرمودند که دارند برنامه را پیگیری می کنند.

مطهری - البته عرض می کنم، آقای دکتر پزشکیان که جلسه مهمی هم داشتند به خاطر این سؤال ما تشریف آوردند، من از ایشان تشکر می کنم. ولی به هر حال چون من واقعاً هیچ اقدامی عملی نمی بینم قانع نشدم، شما به رای بگذارید.

نایب رییس (پزشکیان) - حضار ۱۹۴ نفر، نمایندگان محترم نظر خودتان را راجع به سؤال اعلام بفرمایید. کسانی که سؤال آقای مطهری را وارد می دانند «چهار» بدهند، کسانی که وارد نمی دانند «دو» بدهند. پایان رای گیری را اعلام می کنم، تصویب شد. نمایندگان نظر آقای مطهری را وارد می دانند، آقای دکتر متشکرم.

پیوست ۲: قوانین مرتبط با صنعت چاپ کشور

قانون و اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۶۵)

ماده ۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که مسئول اجرای سیاست‌های رسمی نظام جمهوری اسلامی ایران در زمینه فرهنگ عمومی است وظایف اساسی زیر را در تحقق مفاد ماده ۱ عهده دار می باشد:

۱۶- صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های تبلیغاتی،

چاپخانه‌ها و مؤسسات تکثیر و مؤسسات وابسته به صنعت چاپ و نظارت بر کیفیت و محتوای آگهی‌ها و کارهای چاپی طبق ضوابط و مقررات قانونی مربوطه

آیین‌نامه تأسیس چاپخانه و گراورسازی (۱۳۵۸)

شورای انقلاب جمهوری اسلامی ایران در جلسه مورخ ۲۷/۱۲/۵۸ بنا به پیشنهاد شماره ۱۰۳۱-۶۱۶۱/۴۵ مورخ ۱۸/۷/۱۳۵۸ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی به استناد ماده ۶ قانون تأسیس وزارت اطلاعات و جهانگردی (سابق) مصوب تیر ماه ۱۳۵۳ آیین‌نامه تأسیس چاپخانه و گراورسازی را به شرح زیر تصویب نمودند.

ماده ۱- چاپخانه مؤسسه یا کارگاهی است که از عهده انجام کارهای چاپی از قبیل چاپ کتاب، روزنامه، مجله و انواع مختلف جعبه‌ها، پاکت‌ها، دفاتر، اتیکت و سایر کارهای چاپی اعم از نوشته یا عکس و پوستر و نقشه بر روی اشیاء از طریق انواع چاپ برآید.

تبصره ۱- واحدهای وابسته به چاپ کارگاه‌هایی هستند که به امور چاپ مربوط می‌شوند از قبیل لیتوگرافی، گراورسازی و حروفچینی.

تبصره ۲- واحدهای وابسته به چاپ ممکن است به طور مستقل تأسیس شوند یا صرفاً به عنوان یکی از اجزاء چاپخانه بر حسب نوع کار، فعالیت داشته باشند.

ماده ۲- لیتوگرافی و گراورسازی کارگاهی است که در آن انواع فیلم، بلیت، کلیشه و گراور تهیه و ساخته می‌شود.

ماده ۳- حروفچینی به کارگاهی اطلاق می‌شود که در آن به وسیله چیدن حروف، مطالب، به طریق دستی و ماشینی برای چاپ مورد استفاده قرار گیرد.

ماده ۴- هر چاپخانه می‌تواند از لحاظ وسعت و قبول سفارشات چاپی، از انواع ماشین‌آلات چاپ از قبیل افست، لتریپرس، سیلکت اسکرین به اندازه حداقل نیم ورق تا حداکثر ۱۲ ورق به طور اتوماتیک، نیمه اتوماتیک، دستی، پایی و نیز از وسائل واحدهای وابسته به چاپ استفاده نماید.

تبصره ۱- چاپخانه‌هایی که از ماشین چاپ و رتاتیف یا چاپ گود یا هر نوع ماشین چاپ رول استفاده می‌نمایند از حداکثر تعداد ورق مندرج در ماده مذکور مستثنی می‌باشد.

تبصره ۲- چاپخانه‌هایی که از تاریخ تصویب این آیین‌نامه بخواهند از حداقل نیم ورقی استفاده نمایند باید در بدو تأسیس کار خود را با یک دستگاه ماشین چاپ نیم ورقی اتوماتیک شروع نمایند.

ماده ۵- حداقل وسائل و لوازم فنی برای تأسیس یک چاپخانه به شرح زیر است:

الف: یک دستگاه ماشین چاپ نیم ورقی اتوماتیک به قطع ۳۶×۲۲/۵ سانتیمتر

ب: یک دستگاه ماشین برش اتوماتیک یا نیمه اتوماتیک

پ: یک دستگاه ماشین پرفراژ

ت - لوازم حروفچینی و فرم‌بندی به تناسب نیاز چاپخانه

ث: یک دستگاه ماشین مفتول‌دوزی

ماده ۶ - حداقل لوازم گراورسازی و لیتوگرافی که از این پس تأسیس خواهد شد به قرار زیر است:

الف: دوربین ۴۰×۳۰ با فیلتر حداقل یک دستگاه ب: ترام

پ: ماشین اسیدزنی یک دستگاه ت: لوازم مونتاژ و روتوش به اندازه کافی ث: دستگاه کنتاک

یک عدد ج: میز مونتاژ با لوازم مورد نیاز چ: قید کپی ح: ماشین مخصوص نمونه‌گیری خ:

تورنت د: لوازم حکاکی

ماده ۷ - حداقل لوازم مورد نیاز کارگاه حروفچین به قرار زیر است:

الف: انواع حروف سری به اندازه بیست گارسه سیاه و نازک

ب: خط برنج، بابوشکه، رئال، رامکا، شیسی ورساد

پ: ماشین مخصوص نمونه‌گیری

ماده ۸ - هر شخص حقیقی و یا حقوقی که به خواهد چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ به

شرح از این آیین‌نامه تأسیس نماید باید از وزارت ارشاد ملی پروانه تأسیس دریافت کند.

ماده ۹ - شرایط تأسیس چاپخانه و واحدهای وابسته به چاپ برای اشخاص حقیقی علاوه بر

تابعیت ایران و داشتن سرمایه‌ایرانی به شرح زیر است:

الف: اهلیت قانونی

ب: نداشتن سابقه محکومیت کیفری که موجب سلب حقوق اجتماعی باشد.

پ: داشتن سواد خواندن و نوشتن فارسی

تبصره ۱ - متقاضی هر گاه تأسیس چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ شخص حقوقی باشد

پروانه تأسیس به نام مدیرعامل یا بالاترین مقام اجرایی مؤسسه صادر می‌شود،

شخص مذکور که از نظر این آیین‌نامه مسئول شناخته می‌شود باید دارای شرایط مندرج در ماده

۹ باشد.

تبصره ۲ - شخص حقیقی یا حقوقی نمی تواند بیش از یک چاپخانه تأسیس نماید.

ماده ۱۰ - هر چاپخانه باید یک نفر را به عنوان مدیر مسئول چاپخانه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی معرفی نماید، مؤسس چاپخانه می تواند خود نیز عهده دار مدیریت چاپخانه باشد لیکن در هر حال کی نفر مدیر مسئول نمی تواند مدیریت بیش از یک چاپخانه را به عهده گیرد.

ماده ۱۱ - کارت مدیریت چاپخانه از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی صادر می گردد، مدیر مسئول باید دارای شرایط زیر باشد:

الف: تابعیت ایران

ب: داشتن اهلیت قانونی

پ: نداشتن سابقه محکومیت کیفری که موجب سلب حقوق اجتماعی باشد

ت: داشتن سواد خواندن و نوشتن

تبصره ۱ - متقاضیان تأسیس و مدیران مسئول چاپخانه ها بایستی دارای ده سال سابقه کار در امور فنی چاپ و متقاضیان تأسیس و مدیران مسئول واحدهای وابسته به چاپ باید دارای ۵ سال سابقه کار در امور فنی مربوط باشند.

تبصره ۲ - داشتن یک سال تحصیلات عالی در رشته چاپ، برابر با دو سال تجربه کار در رشته مربوط می باشد.

ماده ۱۲ - متقاضیان تأسیس چاپخانه و واحدهای وابسته به چاپ باید تقاضای کتبی خود را در مرکز به اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی و در مراکز استان ها به ادارات ارشاد ملی و در شهرستان ها از طریق فرمانداری به مرکز استان مربوط ارسال دارند.

ماده ۱۳ - مهلت متقاضی برای تأسیس چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ از تاریخ صدور موافقت نامه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی شش ماه است هر گاه در مدت مذکور متقاضی به تأسیس چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ اقدام نماید موافقت نامه صادره از درجه اعتبار ساقط خواهد گردید.

ماده ۱۴ - در صورتی که مدیر مسئول چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ فاقد یکی از شرایط مندرج در ماده ۱۱ بشود و یا فوت نماید کارت مدیریت وی از درجه اعتبار ساقط می گردد و ادامه کار چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ موکول به صدور کارت مدیریت جدید خواهد بود.

تبصره ۱ - چنانچه مؤسس چاپخانه فوت نماید ادامه فعالیت چاپخانه موکول به معرفی مدیر مسئول جدید از طرف اکثریت وراثت قانونی متوفی خواهد بود در این صورت وراثت موظفند

حداکثر ظرف یک ماه نظر خود را در مورد تأیید مدیر قبلی و یا معرفی مدیر جدید به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی اعلام نمایند،

در غیر این صورت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی می تواند از ادامه فعالیت چاپخانه جلوگیری کند.

تبصره ۲ - تأیید یا معرفی مدیر جدیدی که از طرف اکثر وراث صورت می گیرد تا زمان تعیین تکلیف ورثه نسبت به مالکیت چاپخانه معتبر است.

تبصره ۳ - مدت اعتبار پروانه تأسیس و همچنین کارت مدیریت، دو سال است و تمدید آن بعد از انقضای مدت و مراجعه ذی نفع به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی ممکن خواهد بود.

ماده ۱۵ - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی از صدور پروانه تأسیس با نام هایی که قبلاً برای آن پروانه صادر شده و در حال بهره برداری است و یا نامناسب تشخیص دهد، خودداری خواهد کرد.

ماده ۱۶ - ساختمانی که به چاپخانه اختصاص داده می شود باید از نظر تحمل قدرت و حرکات ماشین آلات و امور مربوط به حفاظت فنی دارای گواهی استحکام بنا از وزارت کار و امور اجتماعی در مرکز و ادارات کار و امور اجتماعی در استان ها باشد.

تبصره ۱ - در صورت تغییر محل چاپخانه و واحدهای وابسته به چاپ مدیر مسئول مکلف است قبل از نقل و انتقال ماشین آلات چاپ و سایر وسائل چاپخانه به محل جدید، مراتب را در مرکز کتباً به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی و در شهرستان ها به ادارات ارشاد ملی محل اطلاع دهد.

تبصره ۲ - قبل از انتقال ماشین آلات چاپ به مکان جدید ارائه گواهی استحکام بنا از طرف مؤسس الزامی است.

ماده ۱۷ - مؤسس چاپخانه حق انتقال پروانه تأسیس چاپخانه را به دیگری ندارد مگر با اجازه و موافقت قبلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی.

ماده ۱۸ - انتقال چاپخانه واحدهای وابسته به چاپ از یک شهر به شهر دیگر موقوف به اجازه و موافقت قبلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی خواهد بود.

ماده ۱۹ - هرگاه مؤسس چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ قصد تعطیل دائم یا موقت چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ را داشته باشد باید قبلاً مراتب را در مرکز به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی در شهرستان ها به ادارات ارشاد ملی محل کتباً اعلام و پروانه تأسیس و کارت مدیریت را مسترد نمایند.

تبصره ۱ - در صورت استرداد پروانه تأسیس و کارت مدیریت چاپخانه و یا واحدهای وابسته به چاپ و اعلام تعطیل دائم، پروانه تأسیس و کارت مدیریت از درجه اعتبار ساقط و ابطال می‌گردد.

ماده ۲۰ - فروشندگان ماشین‌آلات چاپ و سایر لوازم فنی واحدهای وابسته به چاپ از تاریخ تصویب این آیین‌نامه به مدت سه ماه مکلفند مدارک خود را در مرکز به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی و در شهرستان‌ها به ادارات ارشاد ملی محل با رعایت شرایط مندرج در ماده ۱۱ تسلیم نمایند تا پروانه فروش برای آن‌ها صادر شود.

تبصره ۱ - فروشندگان ماشین‌آلات چاپ و سایر وسائل فنی واحدهای وابسته به چاپ موظفند ماشین‌آلات و لوازم فنی چاپ را به کسانی که از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی مجاز به فعالیت می‌باشند به فروش برسانند.

تبصره ۲ - خرید و فروش و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ و سایر وسائل فنی واحدهای وابسته چاپ باید با اطلاع قبلی و اجازه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی انجام گیرد.

ماده ۲۱ - شرکت‌ها، کارخانه‌ها، مؤسسات و اشخاصی که قصد استفاده از یک یا چند دستگاه ماشین چاپ تخصصی دارند باید درخواست کتبی خود را همراه با کاتالوگ مربوط به ماشین‌آلات چاپ با ذکر نوع کار به طوری که صرفاً برای کارهای اختصاصی خود مورد بهره‌برداری قرار گیرد جهت دریافت پروانه مدیریت ویژه در مرکز به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی و در شهرستان‌ها به ادارات ارشاد ملی محل ارائه دهند و در صورت واجد شرایط بودن پروانه مذکور رادریافت نمایند.

تبصره ۱ - کسانی که برای کارگاه‌های جعبه‌سازی و نظایر آن قصد بهره‌برداری از یک دستگاه ماشین چاپ را دارند چنانچه صرفاً از ماشین مذکور استفاده اختصاصی شود باید در مرکز به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی و در شهرستان‌ها به ادارات ارشاد ملی محل مراجعه و در صورت واجد شرایط بودن اجازه‌نامه دریافت دارند.

ماده ۲۲ - چاپخانه‌های دولتی نیز مشمول اجرای مقررات این آیین‌نامه می‌باشند و فقط می‌توانند کارهای چاپی دولتی را انجام دهند باید از قبول سفارشات چاپی بخش خصوصی خودداری کنند.

ماده ۲۳ - هر چاپخانه باید دارای دفتر پلمپ شده قانونی برای سفارشات خود باشد و این سفارشات را به ترتیب وصول در دفتر ثبت نماید و همچنین مشخصات مطبوعاتی را که تهیه و تحویل سفارش دهنده می‌شود باید با ذکر تعداد و روز تحویل در دفتر ثبت نماید.

ماده ۲۴ - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی می‌تواند اجرای تمام یا قسمتی از وظایف مقرر

در این آیین نامه را در شهرستان‌ها به مدیران کل استان‌ها تفویض نماید.

ماده ۲۵ - از تاریخ تصویب این آیین نامه کلیه چاپخانه‌هایی که طبق آیین نامه تأسیس چاپخانه‌ها و گراورسازیهای مصوب ۱۳۴۴ هیأت وزیران، کارصلاحیت تأسیس و مدیریت دریافت نموده‌اند و همچنین کلیه چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مجاز موجود که بخواهند به فعالیت خود ادامه دهند مکلفند ظرف یک ماه مدارک لازم را برای بررسی در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی (اداره کل مطبوعات داخلی) قرار دهند و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی موظف است ظرف مدت سه ماه تصمیم خود را درباره صدور پروانه تأسیس و کارت مدیریت جدید اعلام نماید.

ماده ۲۶ - تخلف از مقررات این آیین نامه حسب مورد موجب تعطیل موقت و یا لغو دائم پروانه تأسیس و کارت مدیریت خواهد بود.

ماده ۲۷ - از تاریخ تصویب این آیین نامه کلیه مقررات مغایر ملغی است و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملی مأمور اجرای آن می‌باشد.

آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته (۱۳۷۱)

هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۷۱/۹/۱ بنا به پیشنهاد شماره ۱۹۴۳/۸۷/۳۳۸ مورخ ۱۳۷۰/۰۳/۱۹ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و در اجرای بند (۱۶) ماده (۲) قانون «اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اسلامی»، مصوب ۱۳۶۵ آیین نامه تأسیس و نظارت چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته را به شرح زیر تصویب نمود:

فصل اول - تعاریف

ماده ۱- چاپخانه، مؤسسه یا کارگاهی است که در آن کارهای چاپی بر کاغذ و سایر اشیاء از طریق انواع چاپ انجام می‌شود. ماده ۲- لیتوگرافی واحدی است که در آن عمل عکاسی و آماده‌سازی اصل کار بر روی صفحات و سیلندرهای لاستیکی، پلاستیکی، کاغذی، فلزی و موارد مشابه برای انواع چاپ انجام می‌پذیرد. لیتوگرافی ممکن است به صورت مستقل تأسیس گردد یا یکی از اجزا چاپخانه باشد.

ماده ۳- «وزارت» عبارت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

فصل دوم - شرایط متقاضی تأسیس چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته و محل چاپخانه

ماده ۴- تأسیس چاپخانه و لیتوگرافی منوط به داشتن امکانات لازم و گرفتن پروانه تأسیس از وزارت است.

ماده ۵- شرایط متقاضی گرفتن پروانه تأسیس به شرح زیر است:

الف- تابعیت ایران.

ب - عدم حجر و ورشکستگی به ثقلب و تقصیر.

ج - عدم اشتها به فساد اخلاق.

د - انجام خدمت وظیفه عمومی یا داشتن معافیت دائم.

ه - داشتن صلاحیت، تحصیلات لازم و آشنایی کافی با امور چاپ و لیتوگرافی به تشخیص وزارت.

و - نداشتن سابقه محکومیت کیفری مؤثر که موجب سلب حقوق اجتماعی باشد.

ز - عدم سابقه عضویت در تشکیلات فراماسونری و سازمان‌هایی که مرامنه آن‌ها مبتنی بر نفی ادیان الهی بوده و عدم عضویت در گروه‌ها و سازمان‌های مرتد و محارب و غیرقانونی یا فعالیت مؤثر به نفع آنان .

تبصره ۱- نخست وزیران و وزیران، استانداران، امرای ارتش، ژاندارمری و شهربانی، رؤسای سازمان‌های دولتی، مدیران عامل و رؤسای انجمن‌های شهر و شهرستان تهران و مراکز استان‌ها، اعضای ساواک، رؤسای دفترهای حزب رستاخیز در تهران و شهرستان‌ها که در فاصله زمانی پانزدهم خرداد ۱۳۴۲ تا ۲۲ بهمن ۱۳۵۷ در مشاغل خود شاغل بوده‌اند نمی‌توانند چاپخانه و لیتوگرافی تأسیس نمایند.

تبصره ۲- خانواده‌های شهدا، جانبازان و آزادگان در شرایط مساوی از اولویت برخوردار هستند.

تبصره ۳- هرگاه متقاضی تأسیس، شخص حقوقی باشد مدیرعامل یا بالاترین مقام اجرایی مؤسسه باید دارای شرایط مندرج در این ماده باشد. در این صورت پروانه تأسیس بنام مدیرعامل یا بالاترین مقام اجرایی شخص حقوقی مزبور صادر خواهد شد.

تبصره ۴- تشخیص ضرورت تأسیس چاپخانه و لیتوگرافی جدید در وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی، به عهده کمیسیون مرکب از نمایندگان تام‌الاختیار وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، امور اقتصادی و دارایی و سازمان‌های برنامه بودجه و امور اداری و استخدامی کشور است، که در وزارت تشکیل می‌شود.

ماده ۶- برای متقاضیان واجد شرایط تأسیس چاپخانه و لیتوگرافی قبل از صدور پروانه، موافقت نامه تأسیس صادر می‌گردد که مدت اعتبار آن یک سال می‌باشد و به تشخیص وزارت قابل تمدید است.

ماده ۷- مسئولیت اداره چاپخانه و واحدهای وابسته به آن با دارنده پروانه است. وی مسئول حسن اجرای مفاد این آیین نامه و دستورالعمل‌های صادر شده از سوی وزارت و پاسخگویی کیفیت و محتوای آگهی‌ها و کارهای چاپی است.

ماده ۸- دارنده پروانه تأسیس هر زمان فاقد شرایط مذکور در ماده (۵) شود، پروانه صادر شده از درجه اعتبار ساقط می‌شود.

تبصره - چنانچه مدیرعامل فوت کند یا فاقد شرایط ماده (۵) شود مؤسسه موظف است، ظرف سه ماه فرد واجد شرایط دیگری را تعیین و معرفی نماید. در غیر این صورت پروانه از درجه اعتبار ساقط خواهد بود.

ماده ۹- چنانچه دارنده پروانه فوت کند تا زمان تعیین تکلیف ورثه نسبت به مالکیت چاپخانه، ادامه فعالیت آن با معرفی فرد واجد شرایط از طرف اکثریت وراثت قانونی متوفی بلا مانع خواهد بود.

تبصره - پس از صدور گواهی حصر وراثت چنانچه یکی از وراثت واجد شرایط ماده (۵) باشد، با موافقت سایر ورثه یا قیم آن‌ها پروانه به نام وی صادر خواهد شد، در غیر این صورت لازم است، فرد واجد شرایط دیگری با توافق کلیه وراثت به وزارت معرفی گردد.

ماده ۱۰- محل چاپخانه یا واحدهای وابسته به آن باید غیر مسکونی بوده و از نظر استحکام بنا و بهداشت عمومی و سایر امور، مورد تأیید دستگاه‌های ذی‌ربط باشد و صرفاً اختصاص به چاپخانه داشته باشد و کسی غیر از سرایدار معرفی شده، تحت هیچ عنوان حق سکونت در آن مکان را ندارد. نام چاپخانه در تابلویی با اندازه مناسب، سر در ورودی نصب می‌گردد.

تبصره - ادارات روزنامه و مجله‌هایی که دارای چاپخانه اختصاصی هستند، در صورتی که محل چاپخانه یا محل مربوط به امور اداری روزنامه یا مجله در يك ساختمان قرار داشته باشد، باید از یکدیگر جدا گردند به ترتیبی که دو قسمت، مجزای از یکدیگر تشخیص داده شوند.

ماده ۱۱- بازرسان وزارت مجازند در زمان فعالیت چاپخانه و واحدهای وابسته به آن از محل و فعالیت آن بازدید نمایند.

فصل سوم- شرایط قبول سفارش چاپ کتب و اوراق

ماده ۱۲- هر چاپخانه موظف است: کلیه سفارش‌های چاپی را با ذکر نوع، مشخصات سفارش‌دهنده، تاریخ دریافت و تحویل در دفتر پلمپ شده قانونی ثبت نماید.

تبصره ۱- چاپ اعلانات و نشریاتی که سفارش‌دهنده آن معلوم نیست ممنوع است. مدیر

چاپخانه موظف است موارد خلاف را به وزارت اطلاع دهد.

تبصره ۲ - دارنده پروانه موظف است در چاپ کتاب، مقررات و ضوابط مربوط را رعایت نموده، مشخصات هر کتاب را مطابق دستورالعمل ابلاغی در آن قید کرده و نمونه‌ای از کلیه کتاب‌های که چاپ می‌شود را به وزارت تسلیم نماید.

تبصره ۳ - چاپخانه‌ها مکلفند پیش از خروج کتاب از چاپخانه یا صحافی، برگه اعلام وصول را مطابق دستورالعمل وزارت دریافت نمایند.

ماده ۱۳ - چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته باید پیش از چاپ سفارش‌های زیر، مجوز کتبی وزارت را از ناشر یا مؤلف درخواست و اخذ نمایند؛ چاپ سایر سفارش‌ها به موجب دستورالعمل وزارت خواهد بود.

الف: قرآن مجید.

ب: کتب کودکان و نوجوانان.

ج: کتب مربوط به مسائل آموزش نظامی.

د: کتب حل المسائل درسی و کمک آموزشی.

ه: کتب مربوط به آموزش علائم راهنمایی و رانندگی.

ز: کتب تستی مربوط به کنکورهای ورودی راهنمایی و دبیرستان. (مدارس تیز هوشان)

ح: کتب مربوط به روابط زناشویی و مسائل جنسی.

ط: کتب ورزشی.

ی: کتب مربوط به اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی.

ک: تقویم و سر رسید.

تبصره - اخذ مجوز پیش از چاپ برای دستگاه‌های دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی و ناشرانی که بر اساس مقررات ابلاغی وزارت، اختیار انتشار هر یک از کتب موضوع این ماده را دارند؛ ضروری نیست. وزارت فهرست دستگاه‌ها و ناشرانی را که نیازی به اخذ مجوز قبلی ندارند، به اطلاع چاپخانه‌ها می‌رساند.

ماده ۱۴ - کارخانه‌ها یا کارگاه‌هایی که چاپ بر روی محصولات آن‌ها جزو تفکیک ناپذیر تولید محسوب می‌گردد موظفند مجوز چاپ طرح‌های خود را از وزارت اخذ نمایند.

ماده ۱۵ - سفارش دهنده و چاپخانه مربوط موظفند برای چاپ مطبوعاتی که به‌طور روزانه یا

هفتگی یا ماهانه چاپ آن تکرار می شود قراردادی در دو نسخه میان خود مبادله نمایند. يك نسخه از قرارداد به منزله سفارشنامه در چاپخانه نگهداری می شود.

تبصره - در مورد مطبوعات هیچیک از چاپخانهها مجاز نیستند، بدون مطالبه و ملاحظه امتیاز، اقدام به چاپ آن نمایند.

فصل چهارم - شرایط فروش و تغییر محل و تعطیل چاپخانه و واحدهای وابسته به آن
ماده ۱۶ - دارنده موافقت نامه تأسیس و پروانه، حق انتقال موافقت نامه تأسیس و پروانه خود را به دیگری ندارند، مگر با اجازه و موافقت قبلی وزارت .

ماده ۱۷ - ورود، خرید و نقل و انتقال ماشین آلات چاپ و دستگاههای لیتوگرافی موضوع این آیین نامه توسط دارندگان موافقت نامه تأسیس و پروانه بلامانع است و با موافقت قبلی وزارت انجام می گیرد.

ماده ۱۸ - هرگونه تغییر مکان دستگاههای چاپ و لیتوگرافی، باید با موافقت قبلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شود.

تبصره - قبل از انتقال ماشین آلات چاپ به مکان جدید، ارائه تأییدیه به موارد مذکور در ماده (۱۰) الزامی است.

ماده ۱۹ - هرگاه دارنده پروانه موضوع این آیین نامه، قصد تعطیل موقت یا دائم کارگاه خود را داشته باشد باید قبلاً مراتب را با ذکر مدت، به وزارت اطلاع دهد.

فصل پنجم - سایر مقررات

ماده ۲۰ - چاپخانهها و واحدهای وابسته که متعلق به وزارتخانهها، مؤسسات و شرکتهای دولتی، نهادهای انقلاب اسلامی، بانکها و شهرداریها یا سازمانهایی هستند که شمول حکم بر آنها مسلم ذکر نام است، از نظر فعالیت مشمول موارد (۱۱) و (۱۲) و (۱۳) و (۱۵) و (۱۷) این آیین نامه هستند.

ماده ۲۱ - هر چاپخانه و واحدهای وابسته به آن مشخصات، عکس و نشانی محل اقامت کلیه کارگران و کارمندان خود را با ذکر شغل و حدود مسئولیت هر يك به طور منظم در دفتر چه چاپخانه نگهداری کند .

ماده ۲۲ - از تاریخ تصویب این آیین نامه کلیه چاپخانهها و واحدهای وابسته به آن باید ظرف مدتی که وزارت تعیین می کند، خود را با مفاد این آیین نامه و دستورالعملهای صادر شده تطبیق دهند، در غیر این صورت پروانه آنها از درجه اعتبار ساقط می شود .

ماده ۲۳ - تخلف از مقررات این آیین نامه، حسب مورد، موجب جلوگیری از فعالیت و تعطیل موقت چاپخانه و واحدهای وابسته به آن می شود .

تبصره - تشخیص تناسب تخلف و میزان مجازات به عهده کمیسیون منتخب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی است .

ماده ۲۴ - نیروی انتظامی در سراسر کشور مکلف است بنا به اعلام کتبی وزارت، از فعالیت واحدهای متخلف یا فاقد پروانه جلوگیری نماید .

ماده ۲۵ - از تاریخ تصویب این آیین نامه کلیه مقررات مغایر ملغی است وزارت مأمور اجرای این آیین نامه است .

حسن حبیبی - معاون اول رئیس جمهور

دستورالعمل صدور مجوز تأسیس لیتوگرافی، چاپخانه و صحافی

ماده ۱: چاپخانه می تواند به يك یا چند صورت ذیل فعالیت داشته باشد .

الف - چاپ افست ورقی یا رول

ب - چاپ دیجیتال

ج - چاپ اسکرین و تامپو

د - چاپ رول فلکسو، روتوگراور و لترپرس باعرض کم ترکیبی

ه - چاپ خاص

ماده ۲: لیتوگرافی عبارت است از عملیات آماده سازی کلیه سفارشات چاپی موضوع بند ۱ این دستورالعمل .

ماده ۳: تکمیلی پس از چاپ (صحافی) عبارت است از عملیات تکمیلی پس از چاپ، کارتن سازی، جعبه سازی، پوشش چاپ و صحافی

تبصره ۱: متقاضیان دریافت پروانه تأسیس در هر يك از سه رسته فوق موظف به رعایت ضوابط تحصیلات، ماشین آلات و فضای مورد نیاز تعیین شده در جدول ۱ و ۲ می باشد .

تبصره ۲: فعالیت توأمأدر هر يك از رسته های بند ۱ و ۲ و ۳ بشرط رعایت ضوابط تعیین شده جداول ۱ و ۲ بلامانع می باشد .

ماده ۴: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در پروانه های صادره رسته فعالیت را براساس بندهای ۱ و ۲ و ۳ و دستورالعمل قید نموده و وظیفه نظارت و تأیید ضوابط تعیین شده را عهده دار می باشد .

ماده ۵: به منظور تأسیس هر يك از واحدها، معرفی يك نفر مدیر فنی با شرایط مندرج در این دستورالعمل از سوی متقاضی ضروری است و مدارك مورد نیاز برای هر يك از اشخاص بشرح ذیل است :

تبصره : در صورت کسب شرایط مدیر فنی توسط متقاضی پروانه تأسیس، احراز هر دو مسئولیت توسط يك نفر بلامانع است .

الف) مدارك مورد نیاز برای متقاضیان موافقتنامه تأسیس :

۱- تکمیل تقاضانامه

۲- فتوکپی از کلیه صفحات شناسنامه

۳- فتوکپی آخرین مدرک تحصیلی

۴- فتوکپی کارت پایان خدمت یا معافیت دائم

۵- گواهی عدم سوء پیشینه کیفری

۶- ۴ قطعه عکس ۳×۴

۷- ارائه گواهی صلاحیت فنی از اتحادیه مربوطه

ب) مدارك مورد نیاز برای مدیرفنی هر يك از واحدها :

۱- ارائه معرفی نامه با مهر و امضای متقاضی موافقتنامه، تأسیس

۲- فتوکپی از کلیه صفحات شناسنامه

۳- فتوکپی مدرک تحصیلی و سوابق لازم طبق ماده ۱۱ دستورالعمل

۴- فتوکپی کارت پایان خدمت یا معافیت دائم

۵- گواهی عدم سوء پیشینه کیفری

۶- ۴ قطعه عکس ۳×۴

۷- ارائه گواهی صلاحیت فنی از اتحادیه مربوطه

تبصره : چنانچه متقاضی درخصوص عدم تأیید صلاحیت فنی خود اعتراض داشته باشد موضوع در کمیسیونی مرکب از مدیرکل دفتر امور چاپ و یا مدیران کل استان‌ها و دو نفر کارشناس به تشخیص وزارت و دو تن از چاپخانه‌داران خبره با معرفی رؤسای اتحادیه‌ها مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت .

ماده ۶ : وزارت برای متقاضی تأسیس، موافقت‌نامه و برای مدیر فنی، کارت مدیرفنی

صادر می نماید.

تبصره ۱: کلیه مکاتبات هر يك از واحدها با امضای دارنده موافقت‌نامه تأسیس واحد مربوطه معتبر می‌باشد.

ماده ۷: دارنده پروانه هر يك از واحدها موظف است قبل از هرگونه تغییرات حقوقی و نشانی کارگاه و نقل و انتقال ماشین آلات و تجهیزات، مراتب را کتباً به وزارت اعلام نماید.

ماده ۸: در مورد اشخاص حقوقی، باید علاوه بر درج فعالیت مربوطه در اساسنامه، مراحل مندرج در بند الف ماده ۵ دستورالعمل در مورد مدیرعامل یا رئیس هیأت مدیره اعمال گردد.

ماده ۹: وزارت حسب مورد می‌تواند جهت بررسی صلاحیت متقاضی صدور موافقت‌نامه تأسیس و مدیرفنی از مراجع ذیصلاح استعلام نمایند. مراجع مذکور موظفند ظرف مدت مقرر نظر خود را همراه مستندات و مدارك معتبر به وزارت اعلام نمایند. در صورت عدم پاسخ از سوی مراجع مذکور و فقدان دلیل دیگر، صلاحیت آنان تأیید شده تلقی می‌گردد.

ماده ۱۰: حداقل امکانات لازم جهت تأسیس هر يك از واحدهای مندرج در ماده ۵ آیین‌نامه از تاریخ تصویب این دستورالعمل در مناطق ذیل به شرح جداول پیوست می‌باشد. متقاضیان می‌بایست پس از تأیید صلاحیت آن‌ها و مدیر فنی تأیید شده از طرف وزارت نسبت به تهیه طرح توجیهی و انتخاب ماشین آلات برابر جداول پیوست اقدام و آن را جهت صدور موافقت‌نامه تأسیس موقت به وزارت یا ادارات کل ارائه نمایند.

الف: منطقه ویژه تهران بزرگ: تا شعاع ۴۰ کیلومتری.

ب: منطقه درجه ۱: شامل شهرستان‌های اصفهان، شیراز، تبریز، مشهد، ارومیه، قم، رشت، کرمانشاه، اهواز، ساری و شهرهای اطراف تهران بزرگ تا شعاع ۲۰ کیلومتری.

ج: منطقه درجه ۲: شامل شهرستان‌های همدان، کرمان، گرگان، یزد، اراک، قزوین، زنجان، سنندج و اردبیل تا شعاع ۲۰ کیلومتری.

د: منطقه درجه ۳: شامل مابقی شهرستان‌ها و شهرهای کشور

تبصره: موافقت‌نامه تأسیس صادر شده برای هر يك از واحدها در همان منطقه جغرافیایی و شهر قابل استفاده است و قابل انتقال به سایر مناطق و شهرها نمی‌باشد.

ماده ۱۱: متقاضیان پروانه تأسیس موظف به به‌کارگیری مدیر فنی و حداقل نیروی انسانی مشخص شده در جدول شماره ۲ متناسب با هر منطقه در ترکیب نیروی انسانی واحد خود در حین تولید می‌باشند.

تبصره: بازرسان وزارت در بازدیدهای دوره‌ای موظف به کنترل موارد موضوع ماده ۱۰ و

گزارش تخلفات احتمالی به وزارت می‌باشند.

ماده ۱۲: حداقل تحصیلات لازم و آشنایی و امور چاپ مورد نظر در بند ه ماده ۴ آیین‌نامه جهت تأسیس هر يك از واحدها از تاریخ تصویب این دستورالعمل برای مدیران فنی به شرح ذیل تعیین می‌گردد.

۱- برای منطقه ویژه تهران بزرگ

- لیسانس گرایش‌های مختلف چاپ با حداقل ۴ سال سابقه کار مرتبط

- لیسانس مرتبط با حداقل ۵ سال سابقه کار مرتبط

۲- برای منطقه شماره ۱

- لیسانس یا فوق دیپلم چاپ با حداقل ۳ سال سابقه کار مرتبط

- لیسانس یا فوق دیپلم مرتبط با حداقل ۴ سال سابقه کار مرتبط

- لیسانس یا فوق دیپلم غیرمرتبط با حداقل ۶ سال سابقه کار مرتبط

۳- برای منطقه شماره ۲

- لیسانس یا فوق دیپلم چاپ با حداقل ۲ سال سابقه کار مرتبط

- لیسانس یا فوق دیپلم مرتبط با حداقل ۳ سال سابقه کار مرتبط

- لیسانس یا فوق دیپلم غیرمرتبط با حداقل ۵ سال سابقه کار مرتبط

۴- برای منطقه شماره ۳

- لیسانس یا فوق دیپلم یا دیپلم چاپ

- لیسانس یا فوق دیپلم مرتبط با حداقل ۲ سال سابقه کار مرتبط

- لیسانس یا فوق دیپلم غیرمرتبط با حداقل ۴ سال سابقه کار مرتبط

تبصره ۱: مدارک تحصیلی مرتبط عبارتند از کلیه رشته‌های کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و بالاتر صادره از دانشگاه‌های داخلی و خارجی مورد تایید وزارت فرهنگ و آموزش عالی ایران در گرایش‌های مختلف گرافیک، رایانه، الکترونیک، شیمی، مکانیک و صنایع

تبصره ۲: مرجع تشخیص سابقه کار، مدارک مثبت از هرگونه سوابق کاری صادره از ادارات کار و امور اجتماعی و یا سازمان تأمین اجتماعی می‌باشد.

ماده ۱۳: موافقتنامه تأسیس مشروح در ماده ۵ آیین‌نامه برای مدت ۶ ماه قابل تمدید بوده و در پایان مدت مذکور چنانچه نسبت به استقرار ماشین آلات اقدام نشود موافقت صادره خود بخود

از درجه اعتبار ساقط شده و متقاضی صرفاً می‌تواند نسبت به واگذاری امکانات خود با موافقت قبلی وزارت به فرد واجد شرایط دیگر اقدام نماید.

ماده ۱۴: چنانچه ماشین آلات چاپ کارخانه‌ها و کارگاه‌های صنعتی موضوع ماده ۱۳ آیین‌نامه در خط پیوسته و مستقیم تولید نبوده و منفک از تولید باشند، مستقل تلقی شده و مشمول مفاد این آیین‌نامه خواهند بود.

ماده ۱۵: جانبازان انقلاب اسلامی و دفاع مقدس با حداقل ۲۵ درصد جانبازی و رزمندگان با ۶ ماه متوالی یا ۹ ماه متناوب سابقه حضور داوطلبانه در مناطق جنگی، حسب مورد بنابر تایید بنیاد شهید و امور ایثارگران انقلاب اسلامی و نیروی مقاومت بسیج سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، متقاضی پروانه هر یک از واحدها می‌توانند با تامین ۶۰ درصد ماشین آلات و تجهیزات مندرج در جداول شماره ۱ پروانه دریافت نمایند.

تبصره: واجدین شرایط فوق چنانچه دارای شخصیت حقوقی هستند می‌بایست دارای حداقل ۵۰٪ سهم الشراکه باشند.

ماده ۱۶: از تاریخ اجرای این دستورالعمل واگذاری موافقتنامه تأسیس و یا پروانه ممنوع بوده و متقاضیان می‌توانند برای ارائه تقاضا و طی مراحل مندرج در آئین‌نامه رأساً به وزارت و یا ادارات کل ارشاد استان‌ها مراجعه نمایند.

تبصره: در صورت فوت صاحب امتیاز اکثریت وراثت می‌توانند پروانه را به یکی از ورثه منتقل و در صورت عدم وجود فرد واجد شرایط ماده پنج آئین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته، بازماندگان مجازند برای یک‌بار نسبت به نقل و انتقال پروانه به غیر اقدام نمایند.

ماده ۱۷: از تاریخ اجرای این دستورالعمل، کلیه پروانه‌هایی که بر طبق مقررات سابق برای واحدهای چاپ، لیتوگرافی و تکمیلی پس از چاپ (صحافی) توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر شده به اعتبار خود باقی است وزارت و ادارات کل ارشاد از تاریخ تصویب این دستورالعمل به مدت یک سال می‌بایست در صورت فعالیت هر یک از واحدهای موضوع ماده ۱ و ۲ و ۳ به صورت توأم نسبت به اصلاح پروانه آنان با هر میزان ماشین آلات فضا و تحصیلات موجود اقدام نماید.

ماده ۱۸: به منظور تطبیق و هماهنگ سازی برخی از مواد این دستورالعمل با تحولات و تغییرات سالانه این صنعت بازنگری و لحاظ تغییرات سالانه در فروردین ماه هر سال ضروری است.

دستورالعمل بررسی تخلفات حوزه چاپ

به استناد بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب سال ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی و تبصره ذیل ماده ۲۳ آیین نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب جلسه ۱۳۷۱/۹/۱ هیأت وزیران و همچنین بندهای ۵ و ۱۲ وظایف واحدهای استانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دستورالعمل رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و صنایع وابسته به شرح زیر به تصویب رسید.

ماده ۱- کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته: به منظور نظارت، بررسی، تحقیق و رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته، کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته با ترکیب ذیل و در معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می‌شود:

۱- معاون امور فرهنگی و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی / عضو و رئیس ۲- مدیر کل دفتر امور چاپ / عضو و دبیر ۳- مدیر کل دفتر حقوقی و مالکیت معنوی / عضو ۴- رییس مرکز حراست / عضو ۵- یکی از فعالان و متخصصان عرصه چاپ / عضو

تبصره ۱- دبیرخانه کمیسیون: به منظور بررسی و تکمیل پرونده‌ها و تحقیقات مربوط به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته و انجام سایر امور ارجاعی از سوی کمیسیون؛ دبیرخانه کمیسیون در دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و زیر نظر دبیر تشکیل می‌گردد.

تبصره ۲- حکم اعضای کمیسیون توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر می‌گردد.

تبصره ۳- جلسات کمیسیون با حضور حداقل ۴ نفر از اعضا رسمیت می‌یابد. اتخاذ تصمیم در جلسات به نحو اکثریت است. در صورت تساوی آرا، نظری که رییس کمیسیون با آن موافق است ملاک عمل خواهد بود.

تبصره ۴- عضو موضوع بند ۵ این ماده، به پیشنهاد معاون امور فرهنگی و به مدت ۲ سال منصوب می‌شود و تمدید عضویت ایشان بلامانع است.

تبصره ۵- در غیاب رییس کمیسیون، ریاست جلسات بر عهده دبیر می‌باشد.

تبصره ۶- در صورت غیبت پی در پی بیش از ۳ جلسه عضو موضوع بند ۵، فرد دیگری به پیشنهاد رییس کمیسیون برای صدور حکم به وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی معرفی می‌شود.

تبصره ۷- دبیر کمیسیون می‌تواند با تایید رییس کمیسیون جهت تسهیل و تسریع در روند رسیدگی و نظارت، از کارشناسان، متخصصان و فعالان صنفی به عنوان مطلع جهت حضور در جلسه دعوت به عمل آورد.

تبصره ۸- کمیسیون می‌تواند در چارچوب پرونده مورد رسیدگی، هرگونه تحقیق و بررسی کارشناسانه برای احراز وقوع تخلف را به عمل آورده و از مراجع قانونی از جمله اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی، نیروی انتظامی استعلامات لازم را معمول نماید و همچنین می‌تواند مدیر واحد چاپی و در صورت وجود شاکی یا مرجع اعلام‌کننده تخلف ایشان را جهت شرکت در جلسه دعوت نموده و اظهارات ایشان را در صورت جلسه ثبت و درج نماید و لوائح دفاعیه و تصویر مدارک ارائه شده را اخذ و در پرونده ضبط و به امضاء حاضرین برساند. عدم حضور هر یک از طرفین در جلسه رسیدگی مانع از اتخاذ تصمیم قانونی کمیسیون نخواهد بود.

ماده ۲- کمیته‌های تحقیق و بررسی ستاد: به منظور تکمیل تحقیقات و پرونده‌های مطروحه، همچنین برقراری و تسهیل ارتباط با کمیته‌های استانی، اعلام نظر و انجام سایر امور ارجاع شده از سوی کمیسیون، کمیته تحقیق و بررسی در محل دبیرخانه و با حضور اعضای ذیل تشکیل می‌گردد:

- ۱- مدیرکل دفتر امور چاپ / عضو و رییس ۲- یک نفر از متخصصان و فعالان عرصه چاپ / عضو ۳- معاون دفتر چاپ / عضو
- ۴- معاون دفتر حقوقی و مالکیت معنوی / عضو ۵- معاون مرکز حراست / عضو

تبصره ۱- عضو موضوع بند ۲ از میان یکی از چاپخانه‌داران فعال، متعهد و آشنا به مسایل حقوقی یا امور چاپ و واحدهای وابسته توسط مدیرکل امور چاپ برای مدت ۲ سال انتخاب می‌شود و تمدید عضویت وی بلامانع است. همچنین در صورت غیبت پی در پی بیش از ۳ جلسه وی، عضو مذکور عزل و فرد واجد شرایط دیگری توسط مدیرکل چاپ انتخاب و حکم انتصاب وی صادر می‌گردد.

تبصره ۲- رییس کمیته می‌تواند در هر یک از جلسات از متخصصان، کارشناسان یا فعالان عرصه چاپ جهت حضور در جلسات این کمیته دعوت به عمل آورده و از نظرات تخصصی آن‌ها بهره‌گیرد.

تبصره ۳- حکم رییس کمیته توسط رییس کمیسیون و حکم اعضای کمیته توسط دبیر کمیسیون صادر می‌گردد.

تبصره ۴- در پرونده‌های ارجاعی توسط کمیسیون و مواردی که نیاز به اعلام نظر کمیته باشد؛ نظر همه اعضا در صورت جلسه درج و به کمیسیون ارسال می‌گردد.

ماده ۳- کمیته تحقیق و بررسی استانی: به منظور تسهیل رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و

نظارت بر عملکرد آن‌ها، کمیته تحقیق و بررسی زیر نظر کمیسیون رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها در هر یک از ادارات کل استان‌ها با ترکیب زیر تشکیل می‌گردد:

۱. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان / عضو و دبیر ۲. یک نفر از متخصصان و فعالان عرصه چاپ / عضو ۳. کارشناس مسئول امور چاپ یا در صورت عدم وجود، کارشناس امور چاپ اداره کل استان / عضو ۴. مدیر امور حقوقی یا در صورت عدم وجود، کارشناس حقوقی اداره کل استان / عضو ۵. مدیر حراست اداره کل استان / عضو

تبصره ۱- حکم عضویت دبیر کمیته توسط معاون امور فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر و احکام سایر اعضا توسط مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و دبیر کمیته صادر می‌گردد.

تبصره ۲- عضو موضوع بند (۲) از میان یکی از چاپخانه‌داران فعال، متعهد و آشنا به مسائل حقوقی یا امور چاپ و واحدهای وابسته توسط مدیر کل فرهنگ ارشاد اسلامی استان برای مدت دو سال انتخاب می‌شود و تمدید عضویت وی بلامانع است.

تبصره ۳- جلسات کمیته با حضور حداقل سه نفر از اعضاء تشکیل و رسمیت می‌یابد.

تبصره ۴- در صورت غیبت پی در پی بیش از ۳ جلسه ی عضو موضوع بند (۲)، عضو مذکور عزل و فرد دیگری توسط مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان انتخاب و حکم انتصاب وی صادر می‌گردد.

ماده ۴- وظیفه کمیته‌های تحقیق و بررسی مستقر در استان‌ها؛ تشکیل پرونده، تحقیق از مطلعین یا استعلام رسمی از مراجع ذی صلاح، دعوت از متخلفین و عنداللزوم ثبت اظهارات ایشان، انجام مکاتبات اداری لازم، تکمیل سوابق، ثبت و ضبط سوابق تخلفاتی از طریق پلمپ کالاهای غیرمجاز چاپی یا انتقال به محل مورد نظر تا تعیین تکلیف نهایی توسط کمیسیون، جلوگیری از فعالیت و پلمپ دستگاه‌های بدون مجوز یا پروانه فعالیت تا تعیین تکلیف نهایی توسط کمیسیون، انجام سایر امور ارجاعی از سوی کمیسیون و اعلام گزارش و پیشنهاد به کمیسیون می‌باشد.

تبصره- در صورت پلمپ یا ضبط کالاهای چاپی یا وقوع جرم و ضرورت طرح موضوع در مراجع قضایی، کمیته‌های تحقیق استانی مکلفند حداکثر ظرف دو هفته پرونده را به کمیسیون ارسال نمایند.

ماده ۵- جلسات کمیته‌ها حداقل دو بار در ماه با دعوت از اعضا و جلسات کمیسیون حداقل یک‌بار در ماه و با دعوت قبلی از اعضا تشکیل می‌گردد.

ماده ۶- تشکیل پرونده برای هر مورد از تخلف بر مبنای مستندات ارائه شده از سوی مراکز و سازمان‌های حقوقی و امنیتی، نتایج بررسی کارشناسان و بازرسان ادارات کل و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیز شکایت یا اعلام تخلف اشخاص حقیقی و حقوقی اعم از دولتی و غیردولتی انجام می‌شود.

تبصره - در صورت اطلاع اداره کل استان و یا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از وقوع تخلف و یا محکومیت واحد چاپی در مراجع قضایی، کمیته مربوطه موظف به تشکیل پرونده و اعلام آن به کمیسیون بر اساس این دستورالعمل است.

ماده ۷- موارد تخلف قابل طرح در کمیته‌های تحقیق و نظارت و کمیسیون به شرح ذیل می‌باشد:

۱- چاپ تصاویر، علائم، اسامی و متن‌های خلاف موازین قانونی، نظم عمومی، اخلاق حسنه و عفت عمومی

۲- استفاده از تصاویر و عنوان پیشوایان مذهبی و مقامات عالی رتبه کشوری روی کارهای چاپی مربوط به محصولات و نمونه‌های چاپی

۳- استفاده از علائم، تصاویر و متن‌های گروه‌ها و فرق ضالّه، شیطان پرستی، شرکت‌های صهیونیستی و سایر علایم و تصاویر ممنوع شده توسط مراجع ذیصلاح

۴- فعالیت بدون مجوز یا فعالیت با موافقتنامه تأسیس

۵- ارائه اطلاعات نادرست توسط متقاضیان موافقتنامه یا پروانه فعالیت چاپ، نقل و انتقال، ترخیص و واردات دستگاه‌های چاپ به وزارت یا ادارات کل استانی اعم از اطلاعات مربوط به دستگاه‌های چاپ، سال ساخت و ...

۶- تخلف از تمام موارد تصریح شده در «آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته» مصوب جلسه ۱۳۷۱/۹/۱ هیأت وزیران

۷- هرگونه تخلف از قوانین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مرتبط مصوب یا ابلاغ شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر مراجع ذیصلاح

۸- عدم رعایت قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین‌نامه و دستورالعمل‌های مربوطه جهت بسته‌بندی و تبلیغات محصولات تولید داخل

ماده ۸- کمیسیون می‌تواند با توجه به شدت و اهمیت تخلف و یا عوامل مؤثر در وقوع تخلف و دفعات تکرار آن و سوء نیت واحد چاپی و سهل‌انگاری وی، به شرح ذیل اقدام نماید:

- ۱- توییح کتبی مدیر چاپخانه با درج در پرونده
 - ۲- جلوگیری از فعالیت از طریق پلمپ دستگاه یا دستگاه‌های چاپ تا شش ماه
 - ۳- جلوگیری از فعالیت از طریق پلمپ کامل چاپخانه تا شش ماه (با هماهنگی اداره اماکن نیروی انتظامی)
 - ۴- جلوگیری از فعالیت چاپخانه از طریق محرومیت چاپخانه از چاپ بعضی از محصولات چاپی تا حداکثر مدت یک سال
 - ۵- تعطیل موقت چاپخانه از ۶ ماه تا ۲ سال (با هماهنگی اداره اماکن نیروی انتظامی)
 - ۶- تعطیل موقت چاپخانه از ۲ سال تا ۴ سال (با هماهنگی اداره اماکن نیروی انتظامی)
- تبصره ۱- در صورتی که عمل واحد چاپی منطبق با یکی از جرائم مندرج در قوانین جزایی نیز باشد علاوه بر رسیدگی و اتخاذ تصمیم به شرح فوق، کمیسیون موظف است مراتب را برای رسیدگی به اصل جرم به مرجع قضائی صالح ارسال دارد.
- تبصره ۲- رسیدگی به ادعاهای مبنی بر وقوع یا ورود خسارت ناشی از تخلف چاپخانه یا واحد وابسته در صلاحیت مراجع ذیصلاح قضائی است. چنانچه شاکی خصوصی یا اعلام کننده تخلف، مدعی تحمل خسارت ناشی از عملکرد واحد چاپی باشد کمیسیون را جهت احقاق حق و تقدیم شکواییه و یا دادخواست قانونی به مراجع قضایی هدایت می نمایند.
- تبصره ۳- آرای صادره از سوی کمیسیون رسیدگی کننده پس از تایید رئیس کمیسیون توسط دبیرخانه کمیسیون علاوه بر واحد چاپی به مقام اجراکننده رأی و عنداللزوم شاکی یا مرجع اعلام تخلف نیز ابلاغ خواهد شد. ابلاغ آرا یا به صورت حضوری و واقعی یا از طریق ارسال به نشانی اشخاص مندرج در پرونده مجوز واحد چاپی و یا شکواییه و یا گزارش، با پست سفارشی به عمل خواهد آمد، در این صورت تاریخ ارسال رأی از طریق پست سفارشی، تاریخ ابلاغ رأی محسوب می شود ادعای تغییر نشانی و یا اشتباه بودن آن و یا عدم اطلاع و یا عدم وصول رأی پذیرفته نخواهد شد.
- ماده ۹- مقررات تکمیلی:
- ۹-۱- پروانه واحد چاپی قائم به شخص است؛ بنابراین دارنده مجوز نمی تواند به عذر این که به دیگری وکالت یا نمایندگی داده از خود رفع مسئولیت نماید و پروانه فعالیت یا موافقتنامه تأسیس قابل اجاره یا امانت و عنوان مشابه به شخص دیگر تحت هیچ عنوان نمی باشد.
 - ۹-۲- در صورت اصرار و تکرار واحدهای چاپی به هر یک از تخلفات مندرج در ماده (۷)

مجازات شدید تری برای آن واحد اتخاذ می شود.

ماده ۱۰- مواردی که در این دستورالعمل پیش‌بینی نشده است، مانند تشریفات رسیدگی و ... طبق آیین‌نامه قانون رسیدگی به تخلفات اداری خواهد بود.

ماده ۱۱- بازرسان کمیسیون یا هر یک از کمیته‌ها حسب وظیفه معین شده توسط کمیسیون یا کمیته مربوطه نسبت به نظارت، بررسی وضعیت و تهیه گزارش یا صورتجلسه یا پلمپ نمودن موارد تخلف و ارائه گزارش از اقدامات یا تخلفات مشاهده شده و اجرای تصمیمات کمیسیون اقدام می نمایند.

ماده ۱۲- این دستورالعمل به انضمام ماده آخر در ۱۲ ماده و ۲۱ تبصره در تاریخ ۱۳۹۲/۰۳/۱۰ به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و از تاریخ تصویب لازم‌الاجراست.

دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب

به استناد ماده ۱۳ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱؛ دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب در تاریخ ۷۷/۱۲/۲۸ در سه ماده و سه تبصره به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و از تاریخ ابلاغ لازم‌الاجراست.

ماده ۱- کارهای چاپی غیر کتاب عبارت است از هر نوع کار چاپی (غیر از کتاب و مطبوعات که آیین‌نامه خاص خود را دارد)؛ مانند جعبه، برچسب، لفاف، سلفون، راهنما، پوستر، تراکت، تقویم، سررسید، انواع کارت‌ها و ... که توسط کارگاه‌های چاپ دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صورت می‌گیرد.

تبصره - به موجب بند ک ماده ۱۳ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته، چاپ تقویم و سررسید از شمول ماده یک مستثنی است.

ماده ۲- متقاضی کارهای چاپی غیر کتاب مکلف به رعایت نکات زیر است.

الف: کارهای چاپی باید با موازین قانونی کشور منطبق باشد.

تبصره - مجموع قوانین مربوط به این دستورالعمل در ضمیمه آمده است.

ب: استفاده از تصاویر و عناوین پیشوایان مذهبی و مقامات عالی رتبه کشوری روی کارهای چاپی مربوط به محصولات و کالاهای تجاری ممنوع است.

پ: استفاده از تصاویر خلاف عفت عمومی ممنوع است.

ماده ۳- مسئولیت حسن اجرای مفاد این دستورالعمل به عهده‌دارنده پروانه چاپخانه است.

تبصره - کلیه چاپخانه‌ها موظفند شماره شناسایی چاپخانه خود را بر روی کلیه کارهای چاپی درج نمایند .

قانون ممنوعیت به‌کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه (۱۳۷۵ مصوبه مجلس)

ماده واحده - به منظور حفظ قوت و اصالت زبان فارسی به عنوان یکی از ارکان هویت ملی ایران و زبان دوم عالم اسلام و معارف و فرهنگ اسلامی، دستگاه‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات دولتی و کلیه شرکت‌هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی بر آن‌ها مستلزم ذکر نام است و تمامی شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مذکور در بند (د) تبصره (۲۲) قانون برنامه دوم توسعه موظفند از به کار بردن کلمات و واژه‌های بیگانه در گزارش‌ها و مکاتبات، سخنرانی‌ها و مصاحبه‌های رسمی خودداری کنند و همچنین استفاده از این واژه‌ها بر روی کلیه تولیدات داخلی اعم از بخش‌های دولتی و غیردولتی که در داخل کشور عرضه می‌شود ممنوع است .

تبصره ۱- فرهنگستان زبان و ادب فارسی باید بر اساس اصول و ضوابط مصوب خود برای واژه‌های مورد نیاز با الویت واژه‌هایی که کاربرد عمومی دارند رأساً یا با همکاری مراکز علمی واژه‌گزینی و یا واژه‌سازی کند و هر شش ماه یک‌بار گزارش فعالیت‌های خود را به کمیسیون فرهنگ و ارشاد اسلامی و وسایل ارتباط جمعی و حسب مورد سایر کمیسیون‌های مجلس شورای اسلامی تقدیم نماید .

تبصره ۲- واژه‌هایی که فرهنگستان زبان و ادب فارسی وضع معادل را برای آن‌ها ضروری نمی‌داند و نیز کلماتی که هنوز واژه فارسی معادل آن‌ها از سوی فرهنگستان به تصویب نرسیده است از شمول این قانون مستثنی است .

تبصره ۳- فرهنگستان‌های علوم و علوم پزشکی دستگاه‌های آموزشی و پژوهشی، دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌های علمی و فرهنگی مکلفند در زمینه واژه‌گزینی و واژه‌سازی تخصصی اقدام کنند و واژه‌های پیشنهادی خود را به تصویب فرهنگستان زبان و ادب فارسی برسانند .

تبصره ۴- در مواردی در فرهنگستان زبان و ادب فارسی در زمینه واژه‌گزینی و واژه‌سازی تخصصی خواستار همکاری دستگاه‌ها و مراکز علمی، آموزشی، صنعتی و فرهنگی باشد، این دستگاه‌ها و مراکز موظفند با فرهنگستان همکاری کنند .

تبصره ۵- کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و اماکن تولیدی و خدماتی و تجاری موظفند ظرف مدت دو

سال از تاریخ ابلاغ این قانون اسامی تولیدات و ظرف مدت يك سال نام اماکن خود را به نام‌ها و واژه‌های غیربیگانه برگردانند .

تبصره ۶- چاپخانه‌ها، مراکز طبع و نشر، روزنامه‌ها و سایر مطبوعات مکلف به رعایت این قانون هستند و در صورت تخلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است مطابق تبصره هشتم همین قانون با آن‌ها رفتار کند .

تبصره ۷- صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران موظف است از به‌کارگیری واژه‌های نامأنوس بیگانه خودداری کند و ضوابط دستوری زبان فارسی معیار را رعایت نماید، سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و کلیه دستگاه‌های مذکور در ماده واحده موظفند واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پس از ابلاغ در تمامی موارد به‌کار ببرند .

تبصره ۸- تولید و توزیع کنندگان کالاها و صاحبان مراکز کسب و پیشه در صورت تخلف از این قانون به ترتیب به مجازات‌های زیر محکوم خواهند شد :

الف - اخطار کتبی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی .

ب - تعویض علائم و نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین پس از اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط وزارت کشور یا دستگاه‌های ذی‌ربط با هزینه متخلف .

ج - لغو پروانه کار .

تبصره ۹- نیروی انتظامی موظف است از نصب و استفاده از علائم به زبان و خط بیگانه توسط مراکز تولید، توزیع و صنوف جلوگیری نماید .

تبصره ۱۰- آیین‌نامه اجرایی این قانون ظرف مدت دو ماه پس از تصویب با پیشنهاد کمیسیون فرهنگی دولت به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید .

قانون فوق مشتمل بر ماده واحده وده تبصره در جلسه علنی روز چهارشنبه مورخ چهاردهم آذر ماه یکهزار و سیصد و هفتاد و پنج مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۷۵/۹/۲۸ به تأیید شورای نگهبان رسیده است .

رئیس مجلس شورای اسلامی - علی اکبر ناطق نوری

آیین نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه - مصوب ۱۳۷۸/۲/۱۹ مصوب هیأت وزیران

ماده ۱- تعاریف اصطلاحات و واژه‌های استفاده شده در این آیین نامه به شرح زیر می‌باشد:

الف - قانون: قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب ۱۳۷۵

ب- فرهنگستان: فرهنگستان زبان و ادب فارسی.

ج- اسم خاص: اسمی است که برای نامیدن شخص معین یا جایی معین یا چیز معین به کار می‌رود.

د- روزنامه و سایر مطبوعات: نشریه‌های نوشتاری یا به صورت‌های دیگر که به طور مستقیم یا نام ثابت و تاریخ و شماره ردیف، در زمینه‌های گوناگون براساس قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴/۱۲/۲۲ مجاز به انتشار می‌باشند.

ه- گزارش‌ها و مکاتبات: گزارش‌ها و نامه‌های رسمی که با امضای مسئولان دستگاه‌های مندرج در قانون ارسال می‌شوند.

و. سخنرانی و مصاحبه رسمی: سخنرانی و مصاحبه رؤسای قوای سه گانه وزیران، معاونان رئیس‌جمهور، رؤسای دیوان عالی کشور و دیوان عدالت اداری، دادستان کل کشور، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، فرماندهان ستادهای مشترک سپاه پاسداران و ارتش و فرماندهان نیروی‌های پنجگانه سپاه پاسداران و نیروهای سه گانه ارتش و فرمانده نیروی انتظامی، معاونان وزیران، رؤسای دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی، رؤسا، معاونان و مدیران کل سازمان‌های دولتی و افراد همتراز آنان.

ماده ۲- دستگاه‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی کشور و سازمان‌های وابسته به آن‌ها و شرکت‌های زیر پوشش وابسته یا تابعه و شرکت‌های دولتی، ملی شده و یا مصادره شده یا دارای مدیریت دولتی که به نحوی زیر پوشش یکی از وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های دولتی اداره می‌شوند و یا به نحوی از انحاء از بودجه عمومی کل کشور استفاده می‌کنند یا قسمتی از بودجه آنان را دولت تامین می‌کند و مؤسسه‌ها و شرکت‌هایی که شمول مقررات بر آن‌ها مستلزم ذکر نام است مانند سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، شرکت مخابرات ایران، شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و همچنین شهرداری‌ها و مؤسسه‌ها و نهادهای عمومی موضوع تبصره ذیل ماده (۵) قانون محاسبات عمومی، مشمول قانون و این آیین نامه می‌باشند.

ماده ۳- مقامات مذکور در ماده (۱) و دستگاه‌های موضوع ماده (۲) این آیین نامه موظفند الفاظ

و واژه‌های بیگانه را در گزارش نویسی، نامه‌نگاری، سخنرانی و مصاحبه‌های رسمی به کار نبرند.
ماده ۴- آن دسته از کلمات عربی و همچنین بعضی از واژه‌های متعلق به سایر زبان‌ها که از دیرباز در زبان فارسی رواج یافته و هم اکنون جزئی از زبان فارسی محسوب می‌شود یا واژه‌ها و اصطلاحات عربی برگرفته از متون و معارف فرهنگ اسلامی که با بافت زبان فارسی معیار هم‌خوانی و تناسب داشته باشد واژه بیگانه تلقی نمی‌شود.

ماده ۵- مکاتبات و آگهی‌هایی که دستگاه‌های موضوع ماده ۲ برای مخاطبان غیر ایرانی تهیه می‌کنند از شمول این آیین‌نامه خارج است.

ماده ۶- افرادی که علاوه بر زبان فارسی به یکی از زبان‌های خاص اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی با گویش‌های محلی و قومی رایج در بعضی مناطق ایران سخن می‌گویند، مجازند از اسامی خاص متعلق به آن زبان یا گویش در نام‌گذاری محصولات و مؤسسه‌ها و اماکن مربوط به خود در همان مناطق استفاده کنند.

ماده ۷- تبدیل نام‌های خاص محصولات ساخت کشورهای دیگر به زبان فارسی الزامی نیست و تغییر اسامی مؤسسه‌هایی که این نوع محصولات را عرضه می‌کنند ضرورت ندارد.

ماده ۸- کالاهای صادراتی، مشروط به این که در داخل کشور توزیع نشود، از شمول قانون و این آیین‌نامه خارج است.

ماده ۹- عبارت‌های شامل الفاظ بیگانه که در نوشته‌ها یا سخنان موضوع قانون و این آیین‌نامه به لحاظ رعایت امانت در نقل قول یا بیان خصوصیات و مقتضیات تاریخی و اجتماعی و آموزشی ذکر آن‌ها ضرورت دارد از شمول قانون و این آیین‌نامه مستثنی هستند.

ماده ۱۰- دستگاه‌های اصلی مذکور در ماده (۲) این آیین‌نامه موظفند به منظور زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه با تشکیل شورای حفظ و ترویج زبان فارسی، به ریاست نماینده بالاترین مقام آن دستگاه، ضمن هماهنگی و ارتباط با فرهنگستان نسبت به شناسایی و اعلام واژه‌های بیگانه که در آن دستگاه و واحدهای وابسته به آن به کار می‌رود و پیشنهاد معادل فارسی آن به فرهنگستان و یافتن راه‌های ترویج معادل‌های فارسی تصویب شده توسط فرهنگستان در دستگاه متبوع خود اقدام کنند.

ماده ۱۱- صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران موظف است با ایجاد واحد مناسب در تشکیلات فعلی خود ضمن زمینه‌سازی برای اجرای قانون و این آیین‌نامه با جدیت از به کارگیری واژه‌های نامأنوس بیگانه خودداری کند و ضوابط دستور زبان فارسی معیار را در کلیه برنامه‌های خود رعایت

نماید. صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ملزم است واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پس از ابلاغ در تمامی موارد به کار برد.

ماده ۱۲- دستگاه‌های یاد شده در ماده (۲) این آیین‌نامه که به کارگاه‌ها، کارخانه‌ها، اماکن تولیدی و تجاری و خدماتی پروانه تأسیس و پروانه کسب یا بهره‌برداری یا اجازه تولید و ادامه فعالیت می‌دهند موظفند پیش از صدور پروانه و اجازه تولید و ادامه فعالیت به متقاضیان ابلاغ کنند تا نسبت به تغییر نام مؤسسه یا محصولات خود و گزینش نام فارسی اقدام کنند.

تبصره - ذکر نام قبلی مکان‌ها و محصولات در کنار نام جدید آن‌ها (بین دو کمان) حداکثر تا مدت دو سال مجاز است.

ماده ۱۳- (اصلاحی ۱۳۷۹/۲/۷) - کلیه روزنامه‌ها و نشریه‌های فارسی زبان موظفند مفاد قانون را در کلیه مطالب خود از جمله آگهی‌ها رعایت کنند. بدیهی است در مورد آگهی‌های خارجی مانند مناقصه‌های بین‌المللی که باید به زبان خارجی چاپ و منتشر شوند، طبق مقررات مربوط اقدام خواهند کرد.

ماده ۱۴- استفاده از تابلو یا نوشته‌ها یا نشانه‌هایی که منحصرأً به خط غیرفارسی تنظیم شده باشد به استثنای نشانه‌های بین‌المللی ممنوع است. نیروی انتظامی موظف است از نصب و ادامه استفاده از آن‌ها جلوگیری کند.

ماده ۱۵- چنانچه بر سر فارسی بودن يك نام میان صاحب مؤسسه و دستگاه‌های مجری اختلاف نظر پدید آید، مرجع تشخیص فرهنگستان خواهد بود که به درخواست دستگاه‌های مجری نظر خود را اعلام خواهد کرد.

تبصره - فرهنگستان موظف است ظرف سه ماه از تاریخ وصول استعلام، نظر خود را اعلام نماید، در هر حال تا زمانی که فرهنگستان اعلام نظر نکرده است مجازات‌های موضوع تبصره (۸) قانون اعمال نخواهد شد.

ماده ۱۶- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در صورت اطلاع یا مشاهده تخلف از مفاد ماده (۱۲) این آیین‌نامه طی اخطاریه به متخلف ضمن بیان مورد یا موارد تخلف، ۱۵ روز مهلت تعیین می‌کند تا رفع تخلف صورت گیرد چنانچه پس از پایان مدت مذکور، تخلف رفع نشده باشد مراتب را به حوزه انتظامی محل اعلام می‌نماید تا نسبت به تعویض نشانه‌ها و تغییر اسامی و عناوین اقدام لازم به عمل آید. در صورت تکرار تخلف مراتب از طریق مراجع قضایی برای اعمال مجازات‌های بند (ج) و (د) تبصره (۸) قانون منعکس خواهد شد.

ماده ۱۷- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیروی انتظامی موظفند با اختصاص واحد متناسب برای اجرای قانون و این آیین نامه اقدام نمایند.

ماده ۱۸- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران و فرهنگستان زبان و ادب فارسی و سایر سازمان‌های ذی‌ربط موظفند به نحو مقتضی از طریق وسایل ارتباط جمعی زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی اجرای قانون و این آیین نامه را فراهم کنند.

دستورالعمل اجرایی قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه و آیین نامه اجرایی آن در مورد چگونگی استفاده از حروف و تصاویر در تابلوهای سردر مغازه‌ها، فروشگاه‌ها، اماکن و... (۱۳۸۲ معاونت مطبوعاتی)

«مصوب جلسه بیست و هشتم کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور»

ماده ۱: منظور از تابلو در این دستورالعمل عبارت از هر نوع پیکره یا سازه است که طبق ضوابط فنی شهرداری طراحی، اجرا و بر سردر مغازه‌ها یا روی نمای عمومی ساختمان‌ها و اماکن و محوطه آن‌ها برای معرفی کاربری مکان و یا محصول به صورت مجزا یا توأم نصب می‌شود که در این دستورالعمل به اختصار تابلو نامیده می‌شود.

ماده ۲: متن نوشتاری و تصویر مورد استفاده در پیکره‌ها و سازه‌های موضوع ماده ۱ این دستورالعمل مشمول قانون منع به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب مورخ ۱۳۷۵/۹/۱۴ مجلس شورای اسلامی و آیین نامه اجرایی آن مصوب مورخ ۱۳۷۸/۲/۱۹ هیأت محترم وزیران می‌باشد.

ماده ۳: کلیه تابلوهای موضوع این دستورالعمل مشمول ضوابط مندرج در دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری (محیطی) و مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب مورخ ۱۳۷۹/۲/۱۱ کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور می‌باشد.

ماده ۴: به منظور حمایت از تولیدات داخلی و صنعت تبلیغات شهری، شهرداری‌ها موظفند تعرفه هزینه‌های استفاده از فضای عمومی شهری موضوع ماده ۱ این دستورالعمل را به گونه‌ای تنظیم کنند که اولاً تعرفه محصولات خارجی بیش از دو برابر تعرفه محصولات داخلی بوده و ثانیاً بر اساس هم جوارری و ابعاد، تناسب منطقی بین تعرفه تابلوهای تبلیغاتی شهری با سازه‌ها یا پیکره‌های موضوع ماده ۱ این دستورالعمل برقرار شود.

ماده ۵: بر اساس بند «ب» تبصره ۸ ماده واحده قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین

و اصطلاحات بیگانه مرجع تشخیص رعایت قوانین و مقررات و یا تخلف از آن وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و شهرداری‌ها به عنوان دستگاه ذی‌ربط وزارت کشور و نیروی انتظامی به عنوان ضابط اجرایی موظف به اجرای مقررات مذکور می‌باشند.

ماده ۶: ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها موظف هستند حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ ابلاغ این دستورالعمل ضمن تشکیل واحدی مناسب در معاونت فرهنگی اداره کل نسبت به اجرای مفاد این دستورالعمل اقدام و مراتب را به سازمان زیباسازی یا شهرداری محل و فرماندهی نیروی انتظامی استان اعلام کنند.

ماده ۷: واحد مذکور در ماده ۶ موظف است موارد تخطی از قانون و مقررات را ابتدا با یک اخطار ۱۵ روزه به متخلف اعلام و رونوشت آن را به شهرداری ارسال کند. در صورت عدم اقدام جهت برخورد قانونی به نیروی انتظامی محل اعلام و از آن طریق نسبت به تغییر و تطبیق مورد خلاف با قوانین و مقررات اقدام کند.

ماده ۸: شهرداری یا سازمان زیباسازی شهرداری موظف است به هنگام صدور مجوز نصب تابلو برای فروشگاه‌ها یا اماکن جدید یا فروشگاه‌ها و اماکنی که قصد تغییر تابلوی خود را دارند مفاد این دستورالعمل را رعایت کنند و در صورت ابهام در خصوص اسامی، عناوین و اصطلاحات از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان استعلام کنند.

ماده ۹: به منظور رسیدگی به شکایت و یا موارد نقض حقوق شاکی در ارتباط با اجرای این دستورالعمل، هیأتی در ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی به ریاست مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و با شرکت مسئول اداره تبلیغات اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، نماینده اداره کل بازرگانی یا نماینده مجمع امور صنفی و در صورت نیاز نماینده شورای شهر، ناحیه انتظامی استان و شهرداری منطقه تشکیل و تصمیم اتخاذ شده قطعی و لازم‌الاجرا است.

ماده ۱۰: اداره کل تبلیغات مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل را برعهده دارد.

ماده ۱۱: اداره کل تبلیغات موظف است در پایان هر دو ماه گزارش عملکرد خود و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها را تهیه و به معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی و رییس کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور تقدیم کند.

ماده ۱۲: در موارد بروز اختلاف میان سازمان‌های نامبرده مذکور بر سر نحوه اجرا یا تفسیر مفاد این دستورالعمل، اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مرجع رسیدگی به حل اختلاف می‌باشد.

این دستورالعمل در ۱۲ ماده در جلسه بیست و هشتم مورخ ۱۳۸۲/۴/۱ کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور تصویب شد و از تاریخ ابلاغ، کلیه مقررات مغایر لغو می‌شود.

سید محمد صفحی - معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

قانون نحوه رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی که استفاده از آن‌ها در ملاء عام خلاف شرع است و یا عفت عمومی را جریحه‌دار می‌کند. (۱۳۶۵)

دادگستری جمهوری اسلامی ایران

قانون نحوه رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی که استفاده از آن‌ها در ملاء عام خلاف شرع است و یا عفت عمومی را جریحه‌دار می‌کند که در جلسه روز پنج‌شنبه بیست و هشتم اسفند ماه یکهزار و سیصد و شصت و پنج با حضور شورای محترم نگهبان به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و طی نامه شماره ۱/۳۱۴ مورخ ۱۳۶۶/۱/۲۹ ریاست جمهوری به نخست‌وزیری واصل گردیده است جهت اجراء به پیوست ابلاغ می‌گردد.

نخست‌وزیر - میرحسین موسوی

ماده ۱- کسانی که عالمأ لباس‌ها و نشانه‌هایی که علامت مشخصه گروه‌های ضد اسلام یا انقلاب است را تولید کنند یا وارد کنند و یا بفروشند و یا در ملاء عام انظار عمومی از آن‌ها استفاده نمایند مجرم شناخته می‌شوند و البسه و اشیاء مذکور در حکم قاچاق محسوب می‌شود.

تبصره - نشانه‌های مذهبی اقلیت‌های دینی رسمی برای پیروان این ادیان از شمول این قانون مستثنی است.

ماده ۲ - مجازات تعزیری تولیدکنندگان داخلی و واردکنندگان و فروشندگان و استفاده‌کنندگان البسه و نشان‌های مذکور در ماده ۱ به شرح زیر خواهد بود:

۱- تذکر و ارشاد. ۲- توبیخ و سرزنش. ۳- تهدید.

۴- تعطیل محل کسب بمدت سه ماه تا شش ماه در مورد فروشنده و جریمه نقدی از ۵۰۰ هزار ریال تا یک میلیون ریال در مورد واردکننده و تولیدکننده و ۱۰ تا ۲۰ ضربه شلاق یا جریمه نقدی از ۲۰ تا ۲۰۰ هزارریال در مورد استفاده‌کننده.

۵- لغو پروانه کسب در مورد فروشنده و ۲۰ تا ۴۰ ضربه شلاق یا جریمه نقدی از ۲۰ تا ۲۰۰ هزار ریال در مورد استفاده‌کننده.

دادگاه با توجه به شرایط و حالات مجرم، دفعات و زمان و امکان‌توقع جرم و دیگر مقتضیات،

مجرم را به یکی از مجازات‌های مذکور محکوم می‌نماید .

تبصره ۱- دادگاه، تولید کننده را ملزم به تعطیل خط تولید مخصوص و انطباق آن با ضوابط اسلامی می‌نماید .

تبصره ۲- در صورتی که مجرم کارمند دولت باشد علاوه بر یکی از مجازات‌های فوق به یکی از مجازات‌های زیر محکوم می‌شود :

۱- انفصال موقت تا دو سال

۲- اخراج و انفصال از خدمت دولتی

۳- محرومیت استخدام به مدت پنج سال در کلیه وزارتخانه‌ها و شرکت‌ها و ارگان‌های دولتی

و عمومی .

ماده ۳- دستفروشی که به توزیع و فروش البسه و نشان‌های موضوع ماده یک می‌پردازند مجرم شناخته می‌شوند و برای بار اول کالاهایی که در اختیار دارند ضبط و طبق بند الف ماده ۲ عمل می‌شود، در صورت تکرار جرم بار اول ۲۵۰ هزار تا ۵۰۰ هزار ریال و دفعات بعد ۵۰۰ هزار تا یک میلیون ریال جریمه خواهند شد .

ماده ۴- کسانی که در انظار عمومی وضع پوشیدن لباس و آرایش آنان خلاف شرع و یا موجب ترویج فساد و یا هتک عفت عمومی باشد، توقیف و خارج از نوبت در دادگاه صالح محاکمه و حسب مورد به یکی از مجازات‌های مذکور در ماده ۲ محکوم می‌گردند .

ماده ۵- فیلم و عکس و پوستر و چیزهایی که شبیه آن‌ها هستند موضوع ماده ۱۰۴ قانون مجازات اسلامی معدوم خواهد شد .

تبصره ۱- وسایل ضبط و تکثیر نوار (ویدئو - وسایل تکثیر نوار ...) پس از پاک کردن صدا و تصاویر مبتذل به عنوان جریمه ضبط می‌شود و توسط دادستان در اختیار دولت قرار می‌گیرد تا مطابق آیین‌نامه ای که به تصویب هیأت دولت می‌رسد در اختیار مراکز علمی و آموزشی و فرهنگی قرار گیرد .

تبصره ۲- اشیاء موضوع این ماده که مصارف علمی و آموزشی دارند، در صورتی که توسط سازمان‌های علمی و آموزشی رسمی کشور وارد یا تهیه شوند و مورد استفاده قرار گیرند، از حکم این ماده مستثنی هستند .

ماده ۶- در کلیه مواردی که به موجب این قانون تخلفات توسط شرکت‌ها یا سازمان‌ها و یا بنگاه‌هایی صورت گرفته است که دارای شخصیت حقوقی می‌باشند مدیرعامل یا مدیر مسئول

شخصیت حقوقی، مجرم محسوب می‌شود و به حبس از ۱ سال تا ۳ سال محکوم می‌شود. در مورد مؤسسات دولتی مدیرعامل یا مدیر مسئول علاوه بر حبس از خدمت نیز منفصل می‌شود. تبصره - در صورتی که چند نفر مشترکاً شرکت یا سازمان و یا بنگاه و نظیر این‌ها را اداره نمایند، هر يك از آن‌ها به مجازات فوق محکوم می‌گردد.

ماده ۷- رسیدگی به جرائم موضوع این قانون در صلاحیت دادگاه‌های انقلاب اسلامی است. ماده ۸- آیین‌نامه اجرایی این قانون با پیشنهاد شورای عالی قضایی به تصویب هیأت دولت خواهد رسید.

قانون فوق مشتمل بر هشت ماده و شش تبصره در جلسه روز پنج شنبه بیست و هشتم اسفند ماه ۱۳۶۵ با حضور شورای محترم نگهبان به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. رئیس مجلس شورای اسلامی - اکبر هاشمی

آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه (۱۳۸۰ مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی)

جلسه شماره ۴۷۴ | مورخ ۱۱/۱۱/۱۳۷۹ مصوبه شماره ۳۲۹/دش | مورخ ۰۹/۰۲/۱۳۸۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۱/۱۱/۷۹ بنا به پیشنهاد شورای فرهنگ عمومی (نامه شماره ۳۹۱۱/الف مورخ ۱۹/۱۰/۷۹) آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه را به شرح ذیل تصویب کرد:

ماده ۱- الف - جلوگیری از به کار گرفتن علائم، نشانه‌ها و تصاویری که با فرهنگ اسلامی - ایرانی در تعارض است و بر فرهنگ عمومی تاثیر منفی دارد.

ب - حفظ نمونه علامت و تصاویری که به صورت‌های مختلف انتشار می‌یابد و در معرض فروش و استفاده عموم قرار می‌گیرد و یا از طریق جرایم و رسانه‌ها تبلیغ می‌شود.

ج - تعیین مشخصات هرگونه طرح و تصویر قابل انتشار.

د - حفظ حقوق طراحان گرافیک و نقاشان با توجه به قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان.

ه - تشویق به استفاده از نقوش ملهم از هنر ایرانی و اسلامی در کالاها.

ماده ۲- طرح‌ها و نقوش اعم از نمادها، خطوط و تصاویر و یا طرح‌های ترکیبی باید مروج هنر و ارزش‌های اسلامی و ملی و ترغیب نوآوری باشد، استفاده از طرح‌ها و نقوش و تصاویر روی

البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه دیگر که مغایر با ضوابط این آیین نامه نباشد، بلامانع است. ماده ۳- طرح و نقشی که آشکار و غیر آشکار دارای نکات و پیام‌هایی نظیر موارد زیر باشد ممنوع است: الف - اهانت به ادیان رسمی کشور و کتب آسمانی و مقدسات مذهبی.

ب - تبلیغ هرگونه مرام، مسلک و فرقه‌ایی که به موجب قوانین کشور غیرقانونی می‌باشد و یا به صورت جریان‌های فکری منحرف مطرح باشد.

ج - تصاویر، کلمات و موضوعات مغایر با فرهنگ عمومی جامعه اسلامی ایران.

د - نقوش و تصاویر مغایر با اصول فرهنگ عمومی و بومی یا فرهنگ اسلامی - ایرانی.

ماده ۴- تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای مصرفی فوق‌الذکر ملزم به رعایت ضوابط و معیارهای مصوب شورای نظارت بر علائم و نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و... هستند.

ماده ۵- صدور مجوز برای کانون‌های مشاوره هنری به منظور ارائه مشاوره به تولیدکنندگان و نظارت بر کار این کانون‌ها به عهده معاونت امور هنری است.

ماده ۶- شورای نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و... در معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل و اعضای آن به شرح ذیل است:

الف - معاون امور هنری (رییس شورا).

ب - مدیر کل مرکز هنرهای تجسمی.

ج - نماینده سازمان میراث فرهنگی.

د - نماینده انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.

ه - نماینده وزارت اطلاعات.

و - دو نفر از کارشناسان برجسته هنرهای تجسمی به پیشنهاد معاون امور هنری و تصویب شورای فرهنگ عمومی.

ز - یک نفر صاحب‌نظر در مسایل فرهنگی، تاریخی و دینی از سازمان تبلیغات اسلامی و با تصویب شورای فرهنگ عمومی.

ح - یک نفر صاحب‌نظر در مسایل تربیتی از وزارت آموزش و پرورش با تصویب شورای فرهنگ عمومی.

ط - کارشناس حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به پیشنهاد معاونت حقوقی.

ی - نماینده وزارت بازرگانی.

تبصره ۱: معاونت امور هنری می‌تواند دبیرخانه‌های مشورتی در استان‌هایی که توانایی انجام این کار را دارند تشکیل دهد. همچنین تعیین میزان و نحوه مشارکت استان‌ها در چارچوب نظارتی، به عهده معاونت امور هنری است.

تبصره ۲: تصمیمات شورای نظارت با تایید اکثریت اعضا معتبر خواهد بود.

ماده ۷- دبیرخانه شورا موظف به ثبت و حمایت نقوش به کار گرفته در کالا است. همچنین طبق قانون باید از حقوق مولفان و مصنفان حمایت شود.

ماده ۸- شورا می‌تواند در صورت لزوم از متخصصین و مطلعین امر برای شرکت در جلسات شورا دعوت به عمل آورد. ضرورت امر و انتخاب فرد مورد نظر، با تایید رییس شورا خواهد بود.

ماده ۹- شورای نظارت دبیرخانه‌ای خواهد داشت که وظایف آن فراهم آوردن مقدمات تشکیل جلسات و پی‌گیری مصوبات و نظارت بر نحوه اجرای مصوبات است.

ماده ۱۰- شورا برای پی‌گیری امور و جرایم و تخلفات یک واحد حقوقی به عنوان مدعی در دبیرخانه تشکیل می‌دهد.

ماده ۱۱- رسانه‌های گروهی بالاخص صدا و سیما و مطبوعات موظف‌اند نسبت به تبلیغ و ترویج نقوش ملهم از هنر ایرانی - اسلامی تلاش کنند.

ماده ۱۲- دستورالعمل‌های اجرایی و حدود اختیارات شورای نظارت در چارچوب این آیین‌نامه توسط معاونت امور هنری تهیه و در اختیار شورای فرهنگ عمومی برای تصویب قرار می‌گیرد.

آیین‌نامه فوق در ۱۲ ماده و ۳ تبصره در جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۱/۱۱/۷۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.

قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان - مصوب مجلس شورای

ملی (۱۳۴۸)

فصل یکم - تعاریف

ماده ۱- از نظر این قانون به مؤلف و مصنف و هنرمند پدیدآورنده و به آنچه از راه دانش یا هنر و یا ابتکار آنان پدید می‌آید بدون نظر گرفتن طریقه یا روشی که در بیان و یا ظهور و یا ایجاد آن به کار رفته اثر اطلاق می‌شود.

ماده ۲- اثرهای مورد حمایت این قانون به شرح زیر است:

۱- کتاب و رساله و جزوه و نمایشنامه و هر نوشته دیگر علمی و فنی و ادبی و هنری

۲- شعر و ترانه و سرود و تصنیف که به هر ترتیب و روش نوشته یا ضبط شده باشد.

- ۳- اثر سمعی و بصری به منظور اجرا در صحنه‌های نمایش یا پرده سینما یا پخش از رادیو یا تلویزیون که به هر ترتیب و روش نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد.
 - ۴- اثر موسیقی که به هر ترتیب و روش نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد.
 - ۵- نقاشی و تصویر و طرح و نقش و نقشه جغرافیایی ابتکاری و نوشته‌ها و خط‌های تزئینی و هرگونه اثر تزئینی و اثر تجسمی که به هر طریق و روش به صورت ساده یا ترکیبی به وجود آمده باشد.
 - ۶- هرگونه پیکره (مجسمه).
 - ۷- اثر معماری از قبیل طرح و نقشه ساختمان.
 - ۸- اثر عکاسی که با روش ابتکاری و ابداع پدید آمده باشد.
 - ۹- اثر ابتکاری مربوط به هنرهای دستی یا صنعتی و نقشه قالبی و گلیم.
 - ۱۰- اثر ابتکاری که بر پایه فرهنگ عامه (فولکلور) با میراث فرهنگی و هنر ملی پدید آمده باشد.
 - ۱۱- اثر فنی که جنبه ابداع و ابتکار داشته باشد.
 - ۱۲- هرگونه اثر مبتکرانه دیگر که از ترکیب چند اثر از اثرهای نامبرده در این فصل پدید آمده باشد.
- فصل دوم- حقوق پدیدآورنده
- ماده ۳- حقوق پدیدآورنده شامل حق انحصاری نشر و پخش و عرضه و اجرای اثر و حقوق بهره‌برداری مادی و معنوی از نام و اثر اوست.
- ماده ۴- حقوق معنوی پدیدآورنده محدود به زمان و مکان نیست و غیر قابل انتقال است.
- ماده ۵- پدیدآورنده اثرهای مورد حمایت این قانون می‌تواند استفاده از حقوق مادی خود را در کلیه موارد از جمله موارد زیر به غیر واگذار کند:
- ۱- تهیه فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی و مانند آن.
 - ۲- نمایش صحنه‌ای مانند تئاتر و باله و نمایشهای دیگر.
 - ۳- ضبط تصویری یا صوتی اثر بر روی صفحه یا نوار یا هر وسیله دیگر.
 - ۴- پخش از رادیو و تلویزیون و وسایل دیگر.
 - ۵- ترجمه و نشر و تکثیر و عرضه اثر از راه چاپ و نقاشی و عکاسی و گراور و کلیشه و

قالب‌ریزی و مانند آن.

۶- استفاده از اثر در کارهای علمی و ادبی و صنعتی و هنری و تبلیغاتی.

۷- به کاربردن اثر در فراهم کردن یا پدید آوردن اثرهای دیگری که در ماده دوم این قانون درج شده است.

ماده ۶- اثری که با همکاری دو یا چند پدیدآورنده به وجود آمده باشد و کاریکایک آنان جدا و متمایز نباشد اثر مشترک نامیده می‌شود و حقوق ناشی از آن حق مشاع پدیدآورندگان است.

ماده ۷- نقل از اثرهایی که انتشار یافته است و استناد به آن‌ها به مقاصد ادبی و علمی و فنی و آموزشی و تربیتی و به صورت انتقاد و تقریظ با ذکر مأخذ در حدود متعارف مجاز است.

تبصره- ذکر مأخذ در مورد جزوه‌هایی که برای تدریس در مؤسسات آموزشی توسط معلمان آن‌ها تهیه و تکثیر می‌شود الزامی نیست مشروط بر این که جنبه انتفاعی نداشته باشد.

ماده ۸- کتابخانه‌های عمومی و مؤسسات جمع‌آوری نشریات و مؤسسات علمی و آموزشی که به صورت غیر انتفاعی اداره می‌شوند می‌توانند طبق آیین‌نامه‌ای که به تصویب هیئت وزیران خواهد رسید از اثرهای مورد حمایت این قانون از راه عکسبرداری یا طرق مشابه آن به میزان مورد نیاز و متناسب با فعالیت خود نسخه‌برداری کند.

ماده ۹- وزارت اطلاعات می‌تواند آثاری را که قبل از تصویب این قانون پخش کرده و یا اجازه انتشار داده است پس از تصویب این قانون نیز کماکان مورد استفاده قرار دهد.

ماده ۱۰- وزارت آموزش و پرورش می‌تواند کتاب‌های درسی را که قبل از تصویب این قانون به موجب قانون کتاب‌های درسی چاپ و منتشر کرده است کماکان مورد استفاده قرار دهد.

ماده ۱۱- نسخه‌برداری از اثرهای مورد حمایت این قانون، مذکور در بند (۱) از ماده (۲) و ضبط برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی فقط در صورتی که برای استفاده شخصی و غیر انتفاعی باشد مجاز است.

فصل سوم- مدت حمایت از حق پدیدآورنده و حمایت‌های قانونی دیگر

ماده ۱۲- مدت استفاده از حقوق مادی پدیدآورنده موضوع این قانون که به موجب وصایت یا وراثت منتقل می‌شود از تاریخ مرگ پدیدآورنده سی سال است و اگر وارثی وجود نداشته باشد یا بر اثر وصایت به کسی منتقل نشده باشد برای همان مدت به منظور استفاده عمومی در اختیار وزارت فرهنگ و هنر قرار خواهد گرفت.

تبصره- مدت اثر حمایت مشترک موضوع ماده ۶ این قانون سی سال بعد از فوت آخرین

پدیدآورنده خواهد بود.

ماده ۱۳- حقوق مادی اثرهایی که در نتیجه سفارش پدید می‌آید تا سی سال از تاریخ پدید آمدن اثر متعلق به سفارش‌دهنده، است مگر آن که برای مدت کمتر یا ترتیب محدودتری توافق شده باشد.

تبصره- پاداش و جایزه نقدی و امتیازاتی که در مسابقات علمی و هنری و ادبی طبق شرایط مسابقه به آثار مورد حمایت این قانون موضوع این ماده تعلق می‌گیرد متعلق به پدیدآورنده خواهد بود.

ماده ۱۴- انتقال‌گیرنده حق پدیدآورنده می‌تواند تا سی سال پس از واگذاری از این حق استفاده کند مگر این که برای مدت کمتر توافق شده باشد.

تبصره- پاداش و جایزه نقدی و امتیازاتی که در مسابقات علمی و هنری و ادبی طبق شرایط مسابقه به آثار مورد حمایت این قانون موضوع این ماده تعلق می‌گیرد متعلق به پدیدآورنده خواهد بود.

ماده ۱۴- انتقال‌گیرنده حق پدیدآورنده می‌تواند تا سی سال پس از واگذاری از این حق استفاده کند مگر این که برای مدت کمتر توافق شده باشد.

ماده ۱۵- در مورد مواد (۱۳) و (۱۴) پس از انقضای مدتهای مندرج در آن مواد استفاده از حق مذکور در صورت حیات پدیدآورنده متعلق به خود و در غیر این صورت تابع ترتیب مقرر در ماده (۱۲) خواهد بود.

ماده ۱۶- در موارد زیر حقوق مادی پدیدآورنده از تاریخ نشر یا عرضه به مدت سی سال مورد حمایت این قانون خواهد بود:

۱- اثرهای سینمایی یا عکاسی

۲- هرگاه اثر متعلق به شخص حقوقی باشد یا حق استفاده از آن به شخص حقوقی واگذار شده باشد

ماده ۱۷- نام و عنوان و نشانه ویژه‌ای که معرف اثر است از حمایت این قانون برخوردار خواهد بود و هیچکس نمی‌تواند آن‌ها را برای اثر دیگری از همان نوع یا مانند آن به ترتیبی که القای شبهه کند به کار برد.

ماده ۱۸- انتقال‌گیرنده و ناشر و کسانی که طبق این قانون اجازه استفاده یا استناد یا اقتباس از اثری را به منظور انتفاع دارند باید نام پدیدآورنده را با عنوان و نشانه ویژه معرف اثر همراه اثر یا

روی نسخه اصلی یا نسخه‌های چاپی یا تکثیر شده به روش معمول و متداول اعلام و درج نمایند مگر این که پدیدآورنده به ترتیب دیگری موافقت کرده باشد.

ماده ۱۹- هرگونه تغییر یا تحریف در اثرهای مورد حمایت این قانون و نشر آن بدون اجازه پدیدآورنده ممنوع است.

ماده ۲۰- چاپخانه‌ها و بنگاه‌های ضبط صوت و کارگاه‌ها و اشخاصی که به چاپ یا نشر یا پخش و یا ضبط و یا تکثیر اثرهای مورد حمایت این قانون می‌پردازند باید شماره دفعات چاپ و تعداد نسخه کتاب یا ضبط یا تکثیر یا پخش یا انتشار و شماره مسلسل روی صفحه موسیقی و صدا را بر تمام نسخه‌هایی که پخش می‌شود با ذکر تاریخ و نام چاپخانه یا بنگاه و کارگاه مربوط بر حسب مورد درج نمایند.

ماده ۲۱- پدیدآورندگان می‌توانند اثر و نام و عنوان و نشانه ویژه اثر خود را در مراکزی که وزارت فرهنگ و هنر با تعیین نوع آثار آگهی می‌نماید به ثبت برسانند.

آیین‌نامه چگونگی و ترتیب انجام یافتن تشریفات ثبت و همچنین مرجع پذیرفتن درخواست ثبت به تصویب هیئت وزیران خواهد رسید.

ماده ۲۲- حقوق مادی پدیدآورنده موقعی از حمایت این قانون برخوردار خواهد بود که اثر برای نخستین بار در ایران چاپ یا پخش یا نشر یا اجرا شده باشد و قبلاً در هیچ کشوری چاپ یا نشر یا پخش و یا اجرا نشده باشد.

فصل چهارم- تخلفات و مجازات‌ها

ماده ۲۳- هرکس تمام یا قسمتی از اثر دیگری را که مورد حمایت این قانون است به نام خود یا به نام پدیدآورنده بدون اجازه او و یا عالماً عامداً به نام شخص دیگری غیر از پدیدآورنده نشر یا پخش یا عرضه کند به حبس تأدیبی از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد.

ماده ۲۴- هرکس بدون اجازه ترجمه دیگری را به نام خود یا دیگری چاپ و پخش و نشر کند به حبس تأدیبی از سه ماه تا یکسال محکوم خواهد شد.

ماده ۲۵- متخلفین از مواد (۲۰) و (۱۹) و (۱۸) و (۱۷) این قانون به حبس تأدیبی از سه ماه تا یکسال محکوم خواهند شد.

ماده ۲۶- نسبت به متخلفان از مواد (۲۰) و (۱۹) و (۱۸) و (۱۷) این قانون در مواردی که به سبب سپری شدن مدت حق پدیدآورنده استفاده از اثر با رعایت مقررات این قانون برای همگان آزاد است. وزارت فرهنگ و هنر عنوان شاکی خصوصی را خواهد داشت.

ماده ۲۷- شاکی خصوصی می‌تواند از دادگاه صادر کننده حکم نهایی درخواست کند که مفاد حکم در یکی از روزنامه‌ها به انتخاب و هزینه او آگهی شود.

ماده ۲۸- هرگاه متخلف از این قانون شخص حقوقی باشد علاوه بر تعقیب جزایی شخص حقیقی مسئول که جرم ناشی از تصمیم او باشد خسارت شاکی خصوصی از اموال شخص حقوقی جبران خواهد شد و در صورتی که اموال شخص حقوقی به تنهایی تکافو نکند مابه‌التفاوت از اموال مرتکب جرم جبران می‌شود.

ماده ۲۹- مراجع قضایی می‌توانند ضمن رسیدگی به شکایت شاکی خصوصی نسبت به جلوگیری از نشر و پخش و عرضه آثار مورد شکایت و ضبط آن دستور لازم به ضابطین دادگستری بدهند.

ماده ۳۰- اثرهایی که پیش از تصویب این قانون پدیدآمده از حمایت این قانون برخوردار است اشخاصی که بدون اجازه از اثرهای دیگران تا تاریخ تصویب این قانون استفاده یا بهره‌برداری کرده‌اند حق نشر یا اجرا یا پخش یا تکثیر یا ارائه مجدد یا فروش آن آثار را ندارند مگر با اجازه پدیدآورنده یا قائم‌مقام او با رعایت این قانون، متخلفین از حکم این ماده و همچنین کسانی که برای فرار از کیفر به تاریخ مقدم بر تصویب این قانون اثر را به چاپ رسانند یا ضبط یا تکثیر یا از آن بهره‌برداری کنند به کیفر مقرر در ماده (۲۳) محکوم خواهند شد.

دعاوی و شکایاتی که قبل از تصویب این قانون در مراجع قضایی مطرح گردیده به اعتبار خود باقی است.

ماده ۳۱- تعقیب بزه‌های مذکور در این قانون با شکایت شاکی خصوصی شروع و با گذشت او موقوف می‌شود.

ماده ۳۲- مواد (۲۴۵) و (۲۴۶) و (۲۴۷) و (۲۴۸) قانون مجازات عمومی ملغی است.

ماده ۳۳- آیین‌نامه‌های اجرایی این قانون از طرف وزارت فرهنگ و هنر و وزارت دادگستری و وزارت اطلاعات تهیه و به تصویب هیئت وزیران خواهد رسید.

قانون فوق مشتمل بر سی و سه ماده و سه تبصره پس از تصویب مجلس سنا در تاریخ روز دوشنبه سوم آذرماه ۱۳۴۸ در جلسه روز پنجشنبه یازدهم دی ماه یکهزار و سیصد و چهل و هشت شمسی به تصویب مجلس شورای ملی رسید.

آیین‌نامه اجرایی ماده (۲۱) قانون حمایت از حقوق مؤلفان مصنفان و هنرمندان -

مصوب هیئت وزیران

فصل اول - مقررات عمومی تنظیم اظهارنامه ثبت اثر

ماده اول- ثبت اثر طبق درخواست نامه چاپی که از طرف وزارت فرهنگ و هنر تهیه و در اختیار درخواست کننده ثبت اثر گذارده می شود به عمل می آید و باید در دو نسخه چاپی به زبان فارسی نوشته و امضا شده، حاوی نکات زیر باشد:

الف- نام و نام خانوادگی و تابعیت و اقامتگاه و شماره و محل صدور شناسنامه و تاریخ تولد پدید آورنده و یا شخصی که به اعتبار قانون فوق الذکر قائم مقام پدید آورنده اصلی اثر می باشد و هرگاه درخواست کننده شخص حقوقی باشد نام و شماره ثبت و اقامتگاه قانونی شخص حقوقی ب- در صورتی که درخواست نامه از طرف وکیل یا نماینده قانونی اشخاص مذکور در بند «الف» داده شود علاوه بر مشخصات موکل نام و نام خانوادگی و تابعیت و اقامتگاه وکیل پ- تاریخ پدید آمدن اثر باقید روز و ماه و سال به نحوی که اثر برای چاپ یا نشر یا پخش و یا اجرا آماده شده باشد

ت- در صورتی که اثر مشترک باشد، ذکر مشخصات پدید آورندگان و کلیه اشخاص صاحب حقوق مادی و معنوی به ترتیب مذکور در بند «الف» این ماده.

ث - در صورتی که ثبت نام یا عنوان یا علامت ویژه اثر نیز مورد تقاضا باشد درنورد نام و عنوان ذکر کلمه یا عبارت مورد تقاضا و درمورد علامت یا نشانه ویژه توصیف کامل آن به انضمام سه نسخه نمونه یا عکس در اندازه و رنگ اصلی و کلیشه آن

ج - تعیین نوع و اثر و اعلام آن که اثر مشمول کدامیک از انواع آثار مذکور در ماده (۲) قانون می باشد.

فصل دوم - مقررات اختصاصی ثبت اثر

ماده دوم- درخواست کننده ثبت اثر علاوه بر تنظیم درخواست نامه به شرح مندرج در فصل اول باید اطلاعات و مدارکی را که به اعتبار نوع اثر در این فصل تعیین می شود همراه درخواست نامه تسلیم نماید.

الف- در مورد کتاب و رساله و گزارش پژوهشی و جزوه و نمایشنامه و هر نوشته دیگر علمی و ادبی و هنری و همچنین در مورد شعر و ترانه و سرود و تصنیف موضوع بندهای (۱) و (۲) ماده دوم قانون، دو نسخه کامل خطی یا ماشین شده یا چاپ شده یا فتوکپی اثر

ب- در مورد اثر سمعی و بصری به منظور اجرا در صحنه‌های نمایش یا پرده‌سینما یا پخش از رادیو و تلویزیون و موضوع بند (۳) ماده دوم قانون، دو نسخه از اثر به هر ترتیبی که برای اجرا نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد

پ- در مورد اثر موسیقی موضوع بند (۴) ماده دوم قانون، دو نسخه اصل یا فتوکپی یا خطی از نت اثر در صورتی که نت داشته باشد به انضمام گفتار آن اگر باشد به علاوه دو نسخه اثر روی صفحه یا نوار

ت- در مورد نقاشی و تصویر و طرح و نقش و نقشه جغرافیایی ابتکاری و نوشته و خط‌های تزئینی و هر گونه اثر تزئینی و اثر تجسمی موضوع بند (۵) ماده دوم قانون:

۱- دو نسخه عکس رنگی از اصل اثر مشروط بر این که ابعاد عکس از 24×18 سانتی‌متر تجاوز نکند

۲- تعیین آن که اثر منطبق با کدامیک از آثار مذکور در بند ۵ ماده دوم قانون می‌باشد

۳- شرح و توصیف کافی برای شناسایی و تشخیص اثر

ث- در مورد پیکره (مجسمه) موضوع بند (۶) ماده دوم قانون، دو نسخه عکس رنگی اثر به ابعاد 24×18 سانتی‌متر با ذکر مواد و مصالحی که در ساختن پیکره به کار رفته و تعیین ابعاد و اندازه حقیقی و وزن آن

ج- در مورد اثر معماری موضوع بند (۷) ماده دوم قانون، دو نسخه نقشه کامل همراه نقشه‌های تفصیلی و اجرایی اثر مربوط به طرح اصلی بنا و تزئینات آن و جزئیات اثر منحصراً در مواردی که ثبت آن مورد تقاضاست با شرح و توصیف کامل تا حدی که شناسایی اثر در کلیات و جزئیات مورد نظر درخواست کننده ممکن باشد، در صورتی که درخواست ثبت مربوط و منحصر به قسمتی از بنای ساختمان یا تزئینات آن باشد باید روی نقشه‌های اصلی به‌طور وضوح مشخص شود و در مورد تزئینات طرح آن باید رنگی باشد

چ- در مورد اثر عکاسی موضوع بند (۸) ماده دوم قانون، دو نمونه کامل از اثر که حداکثر ابعاد آن از 24×18 سانتی‌متر تجاوز نکند

ح- در مورد اثر ابتکاری مربوط به هنرهای دستی یا صنعتی و نقشه قالبی و گلیم موضوع بند (۹) ماده دوم قانون، دو قطعه عکس رنگی یا دو نسخه کپی اثر به اندازه 24×18 سانتی‌متر

خ- در مورد اثر ابتکاری که بر پایه فرهنگ عامه یا میراث فرهنگی و هنری ملی پدید آمده باشد و همچنین اثر فنی که جنبه ابداع و ابتکار داشته باشد، موضوع بندهای (۱۰) و (۱۱) ماده دوم قانون،

نظر به این که اثر پس از پدید آمدن به صورت یکی از آثار مندرج در ماده دوم یا ترکیب از آن‌ها خواهد بود درخواست کننده ثبت با توجه به نوع اثر و ارتباط آن با یک یا چند نوع از آثار مذکور در ماده دوم قانون باید اطلاعات و مدارک خاص همان نوع یا انواع را تسلیم کند.

د- در مورد آثار سینمایی یک نسخه کامل از اثر با ذکر نام و مشخصات

ذ- در مورد نرم افزارهای چند رسانه‌ای دو نسخه کامل از نمونه نرم افزار تولید شده با ذکر نام و مشخصات و ویژگی‌های اثر

تبصره- در کلیه موارد مذکور در فصل اول و این فصل در صورتی که متقاضی توضیحات خاصی را برای معرفی اثر و چگونگی پیدایش آن لازم بداند می‌تواند در برگ جداگانه‌ای درج و همراه اظهارنامه تسلیم کند.

فصل سوم - مرجع ثبت و اقدامات ثبتی

ماده سوم - درخواست کننده اثر باید درخواست نامه ثبت را به ترتیب مندرج در فصل اول و دوم این آیین نامه تنظیم و در مرکز به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و در شهرستان‌ها به ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تعیین شده از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تسلیم و رسید اخذ کند.

تبصره - درخواست کننده ثبت آثار نرم افزارهای چند رسانه‌ای درخواست نامه ثبت را به ترتیب مندرج در فصل‌های اول و دوم این آیین نامه به همراه دونسخه کامل از نمونه مورد نظر به دبیرخانه شورای عالی داده‌وزری تحویل می‌دهد. ثبت اثر از نظر فنی توسط شورای یاد شده و از نظر محتوایی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شود.

دبیرخانه شورای مزبور موظف است قبل از ثبت نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را دریافت نماید. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است ظرف سه ماه از دریافت استعلام دبیرخانه شورای عالی داده‌ورزی نظر خود را به آن دبیرخانه اعلام نماید.

ماده چهارم - مراجع دریافت کننده درخواست نامه ثبت اثر کلیه درخواست نامه‌ها را به واحد امور مؤلفان و مصنفان و هنرمندان در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارسال خواهند نمود. واحد مزبور به درخواست نامه‌ها رسیده ظرف مدت سه ماه رسیدگی و اگر درخواست نامه مطابق مقررات فصل اول و دوم تنظیم شده و اثر قبلاً به ثبت نرسیده باشد آن‌ها را در دفتر مخصوص ثبت اثرها ثبت نموده و گواهینامه ثبت اثر را با قید روز و ساعت تسلیم درخواست به نام درخواست کننده صادر و به وی تسلیم و رسید اخذ کند.

در صورتی که درخواست نامه مطابق مقررات فصل اول و دوم بالاتنظیم نشده باشد موارد نقص یا ایراد کتباً با پست سفارشی به درخواست کننده ارسال و تا زمانی که درخواست کننده اقدام به رفع نقص یا ایراد نکند درخواست ثبت بلااقدام خواهد ماند.

ماده پنجم - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است در آخر هر ماه فهرستی از کلیه آثاری که ثبت آن مانع اعتراض و ادعای حق از ناحیه دیگر اشخاص نخواهد بود برای اطلاع عموم آگهی کند.

فهرست مزبور در هر مورد به طور اختصار شامل نام درخواست کننده و تاریخ ثبت نوع اثر و معرفی موضوع آن خواهد بود. قبول درخواست ثبت اثر و همچنین ثبت آن مانع اعتراض و ادعای حق از ناحیه دیگر اشخاص نخواهد بود.

ماده ششم - درخواست کننده می تواند قبل یا بعد از ثبت اثر تقاضای تغییر و اصلاح و تکمیل یا ابطال آن را بنماید. در این صورت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به نحو مذکور در ماده پنجم آگهی خواهد کرد.

ماده هفتم - هزینه آگهی ثبت اثر و موارد تغییر، اصلاح، تکمیل و یا ابطال آن به عهده درخواست کننده و ذینفع خواهد بود.

قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات

ماده ۱ - حق تکثیر یا تجدید چاپ و بهره برداری و نشر و پخش هر ترجمه ای با مترجم یا وراث قانونی اوست. مدت استفاده از این حقوق که به وراث منتقل می شود از تاریخ مرگ مترجم سی سال است. حقوق مذکور در این ماده قابل انتقال به غیر است و انتقال گیرنده از نظر استفاده از این حقوق قائم مقام انتقال دهنده برای استفاده از بقیه مدت از این حق خواهد بود. ذکر نام مترجم در تمام موارد استفاده الزامی است.

ماده ۲ - تکثیر کتب و نشریات به همان زبان و شکلی است که چاپ شده به قصد فروش یا بهره برداری مادی از طریق چاپ افسست یا عکسبرداری یا طریق مشابه بدون اجازه صاحب حق ممنوع است.

ماده ۳ - نسخه برداری یا ضبط یا تکثیر آثار صوتی که بر روی صفحه یا نوار یا هر وسیله دیگر ضبط شده است بدون اجازه صاحبان حق یا تولید کنندگان انحصاری یا قائم مقام قانونی آن برای فروش ممنوع است.

حکم مذکور در این ماده شامل نسخه برداری یا ضبط یا تکثیر از برنامه های رادیو و تلویزیون یا

هر گونه پخش دیگر نیز خواهد بود .

ماده ۵- تکثیر و نسخه برداری از کتب و نشریات و آثار صوتی موضوع مواد دو و سه این قانون به منظور استفاده در کارهای مربوط به آموزش یا تحقیقات علمی مجاز خواهد بود مشروط بر این که جنبه انتفاعی نداشته باشد و اجازه نسخه برداری از آنها قبلاً به تصویب وزارت فرهنگ و هنر رسیده باشد .

تبصره - نسخه برداری از کتب و نشریات و آثار صوتی موضوع مواد دو و سه این قانون در صورتی که برای استفاده شخصی و خصوصی باشد بلامانع است .

ماده ۶- در مورد تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی حمایت‌های مذکور در این قانون به شرط وجود عهدنامه یا معامله متقابل نسبت به اتباع سایر کشورها نیز جاری است .

ماده ۷- اشخاصی که عالماً و عامداً مرتکب یکی از اعمال زیر شوند علاوه بر تأدیه خسارات شاکی خصوصی به حبس جنحه‌ای از سه ماه تا یک سال محکوم خواهند شد :
کسانی که خلاف مقررات مواد یک و دو و سه این قانون عمل کنند .

ماده ۸- هرگاه متخلف از این قانون شخص حقوقی باشد علاوه بر تعقیب جزایی شخص حقیقی مسئول که جرم ناشی از تصمیم او باشد خسارات شاکی خصوصی از اموال شخص حقوقی جبران خواهد شد .

در صورتی که اموال شخص حقوقی به تنهایی تکافو نکند ما به التفات از اموال شخص حقیقی مسئول جبران می‌شود .

ماده ۱۲- تعقیب بزه‌های مذکور در این قانون منوط به شکایات شاکی خصوصی است و با گذشت او تعقیب یا اجرای حکم موقوف می‌شود .

قانون فوق مشتمل بر دوازده ماده و یک تبصره پس از تصویب مجلس سنا در تاریخ روز دوشنبه ۱۳۵۲/۹/۲۶ در جلسه روز پنج شنبه ششم دیماه یکهزار و سیصد و پنجاه و دو شمسی به تصویب مجلس شورای ملی رسید .

آیین نامه چاپ و صحافی مطبوعات دولتی

ماده ۱- به منظور تنظیم تعرفه چاپ مسطح، افست و صحافی مطبوعات دولتی در دی ماه هر سال هیأتی که در این آیین نامه به اختصار (هیأت) نامیده می‌شود متشکل از افراد زیر در محل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می‌گردد:

- ۱- نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (رییس هیأت).
 - ۲- نماینده وزارت امور اقتصادی و دارایی.
 - ۳- نماینده وزارت کار و امور اجتماعی.
 - ۴- يك نفر کارشناس امور مطبوعاتی به انتخاب وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
 - ۵- نماینده اتحادیه صنف چاپخانه داران مرکز.
 - ۶- نماینده اتحادیه صنف سازندگان کلیشه و لیتوگراف.
- تبصره ۱- در صورتی که اتحادیه صنف چاپخانه داران و اتحادیه سازندگان کلیشه و لیتوگراف ظرف ده روز پس از ابلاغ دعوتنامه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از معرفی نماینده خودداری نمایند یا نمایندگانی را که بر اساس دعوتنامه وزارت مذکور معرفی نموده‌اند در جلسه هیأت وزیران شرکت نکنند، جلسه بدون حضور آنان تشکیل خواهد شد.
- تبصره ۲- هیأت حداقل با حضور چهار (۴) نفر نمایندگان مذکور در بندهای (۱)، (۲)، (۳)، (۴) این ماده تشکیل می‌شود و تصمیمات با رای اکثریت اتخاذ می‌گردد.
- ماده ۲- تعرفه ثابت مطبوعات دولتی شامل واحد بهای چاپ (مسطح - افست) و صحافی در چاپخانه‌های دولتی و خصوصی که دارای شرایط زیر می‌باشند با توجه به میزان متوسط مزد (که از سوی شورای عالی کار تعیین می‌شود)، کرایه محل، بهای اولیه مواد مورد لزوم، استهلاک، ایام مرخصی، ایام تعطیلات رسمی، بیمه کارگران، هزینه تعمیر ماشین آلات چاپ و صحافی، سود متعارف و سایر عوامل موثر در قیمت تمام شده مطبوعات چاپی به صورت سالانه توسط هیأت برای مرکز و شهرستان‌ها تنظیم می‌گردد.
- ۱- چاپخانه دارای سه دستگاه ماشین چاپ مسطح دو ورقی اتوماتیک، دو دستگاه ماشین چاپ مسطح نیم ورقی اتوماتیک، شعب فرم بندی، حروفچینی، صحافی و حداقل یا دستگاه ماشین برش اتوماتیک.
 - ۲- چاپخانه دارای يك دستگاه ماشینی افست سه ورقی، شعب لیتوگرافی و صحافی و حداقل يك دستگاه ماشین برش اتوماتیک.
- تبصره ۱- دستمزد کارگران چاپخانه‌های دارای شرایط مذکور در بندهای (۱) و (۲) این ماده در رشته‌های مختلف بر اساس میانگین لیست بیمه‌های اجتماعی در سه (۳) چاپخانه دولتی و سه (۳) چاپخانه بخش خصوصی، محاسبه خواهد شد.
- تبصره ۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است قبل از تشکیل هیأت، لیست بیمه‌های

اجتماعی مربوط به سه (۳) چاپخانه دولتی و سه (۳) چاپخانه خصوصی و نیز نرخ کلیه مصالح و لوازم و مواد مصرفی و تولید کار روزانه ماشین‌های چاپ مسطح و افست و سایر اطلاعات مورد نیاز را جمع‌آوری نماید و در اختیار هیأت قرار دهد.

ماده ۳- تعرفه ثابت مطبوعات دولتی که بر اساس ماده (۲) این آیین‌نامه تنظیم می‌گردد. پس از تایید وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی جهت اجرا به وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی مشمول و نیز چاپخانه‌های دولتی و خصوصی اعم از مرکز و شهرستان‌ها ابلاغ می‌گردد و تا تنظیم و ابلاغ تعرفه جدید مبنای احتساب و پرداخت هزینه چاپ و صحافی خواهد بود.

تبصره ۱- در مواردی که به تشخیص بالاترین مقام دستگاه سفارش‌دهنده، چاپ و صحافی مطبوعات دولتی با توجه به نوع و کیفیت کار بر اساس تعرفه تعیین شده موضوع این آیین‌نامه امکان نداشته باشد مقام مزبور می‌تواند حداکثر تا (۲۵٪) تعرفه مربوط را افزایش دهد و قرارداد را تنظیم نماید.

تبصره ۲- اوراق و اسناد موضوع ماده (۴۶) قانون محاسبات عمومی کشور مصوب ۱۳۶۶ که بر اساس ماده (۵) قانون اساسنامه شرکت سهامی چاپخانه دولتی ایران مصوب ۱۳۵۲ و ماده (۴۶) قانون فوق در شرکت سهامی چاپخانه دولتی ایران به چاپ می‌رسد از شمول این ماده مستثنی است.

اصلاحیه آیین‌نامه چاپ و صحافی مطبوعات دولتی

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۷۹/۱۲/۱۰ بنا به پیشنهاد شماره ۱/۱۹۷۷۲ مورخ ۱۳۷۹/۷/۷ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تأییدیه وزارت امور اقتصادی و دارایی و به استناد بند (۱۳) ماده (۷۹) قانون محاسبات عمومی - مصوب ۱۳۶۶- تصویب نمود: در ماده ۳ آیین‌نامه چاپ و صحافی مطبوعات دولتی، موضوع تصویب‌نامه شماره ۴۹۱۲۴/ت-۴۳۴-ه مورخ ۱۳۷۰/۱۰/۱ عبارت ((تعرفه ثابت مطبوعات دولتی که بر اساس ماده ۲ این آیین‌نامه تنظیم می‌گردد)) به عبارت ((تعرفه ثابت مطبوعات دولتی که بر اساس استعلام قیمت تعیین می‌گردد)) اصلاح می‌شود.

تبصره ۳- اختلافات مربوط به تطبیق موارد دستمزد چاپ و صحافی با تعرفه مطبوعات دولتی و همچنین تطبیق کاغذ یا مقوای مصرفی با مطبوعات چاپ شده، در مرکز با حضور نمایندگان طرفین، نماینده اتحادیه مربوط و نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در محل این وزارت مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت. این وظیفه در شهرستان‌ها به عهده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان است.

ماده ۴- این آیین نامه جایگزین آیین نامه موضوع بند (۱۰) ماده (۶۸) قانون محاسبات عمومی کشور مصوب ۱۳۴۹ می گردد و از تاریخ تصویب برای وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی موضوع ماده (۷۹) قانون محاسبات عمومی کشور مصوب ۱۳۶۶ درخصوص انجام معاملات بند (۱۳) ماده (۷۹) قانون مزبور لازم الاجرا است.

قانون ممنوعیت وزارتخانه‌ها و مؤسسات و شرکت‌های دولتی از چاپ و انتشار نشریات

غیر ضرور

ماده واحده - اختصاص و پرداخت هرگونه وجه از محل اعتبارات جاری و عمرانی منظور در قانون بودجه سالیانه کل کشور و اموال و ثروت‌های عمومی از سوی وزارتخانه و مؤسسات و شرکت‌های دولتی و مؤسساتی که شمول قانون بر آن‌ها مستلزم ذکر نام است و نهاد‌های انقلاب اسلامی و استفاده کردن از امکانات دولتی و کارکنان برای جمع آوری مطالب، تحریر، تنظیم، چاپ و انتشار هرگونه کتاب، روزنامه، مجله نشریات مشابه و هر نوع اوراق و پارچه‌های تبلیغاتی، جزوه، بروشور، تراکت، پوستر (به استثنای پوستر و بروشورهای آموزشی) سفارش چاپ هرگونه آگهی تبریک، تسلیت و تشکر و اطلاعیه‌های غیر ضروری که مستقیماً با وظایف آن‌ها ارتباط نداشته باشد در روزنامه و نشریات کشور ممنوع می‌باشد.

این ممنوعیت شامل تمامی اعتبارات دستگاه‌های مذکور حتی اعتبارتی که مستثنی از قانون محاسبات عمومی و یا سایر مقررات عمومی دولت هستند نیز می‌باشد.

تبصره ۱- موارد ذیل از شمول ممنوعیت این قانون مستثنی می‌باشند:

- ۱- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۲- وزارت امور خارجه در کشورهایی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اسلامی در آن‌ها فاقد نمایندگی فرهنگی است، به تشخیص و تأیید وزیر امور خارجه
- ۳- سازمان تبلیغات اسلامی
- ۴- وزارت فرهنگ و آموزش عالی و وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی و مؤسسات وابسته به آن و مرکز نشر دانشگاهی در رابطه با چاپ کتاب و نشریه، جزوه‌های علمی، فن و درسی و تحقیقاتی.
- ۵- سازمان پژوهشی و برنامه‌ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش (در رابطه با کتب و نشریات علمی و آموزشی)
- ۶- تبلیغات مربوط به جبهه و جنگ در چهار چوب آیین نامه آن حداکثر ظرف دو ماه پس

از ابلاغ این قانون به پیشنهاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همکاری وزارتخانه‌های سپاه - دفاع - جهاد و سازمان تبلیغات اسلامی به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید

۷- بنیاد شهید به جز در انتشار کتاب، نشریه و مجله

۸- بولتن‌های داخلی ضروری و بروشورها که در وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی و شرکت‌های دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی با تعیین ضوابط توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در رابطه با وظائف قانونی خود منتشر می‌نماید

۹- وزارت اطلاعات در رابطه با نشر مسایل امنیتی

تبصره ۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز است در زمینه‌های علمی و فنی (با تأیید وزارت فرهنگ و آموزش عالی) و در زمینه‌های فرهنگی در صورت تشخیص اجازه انتشار یک نشریه در هر رشته و در صورت ضرورت بیش از یک نشریه از محل اعتبارات مربوطه به دستگاه ذی‌ربط را بدهد.

تبصره ۳- بهای نشریات و جزوات فوق با جلب نظر وزارتخانه و مؤسسات مذکور با احتساب هزینه‌های مربوط به مواد اولیه، دستمزد، پرسنل شاغل و هزینه‌های چاپ پس از وصول به حساب در آمد عمومی کشور واریز خواهد شد.

تبصره ۴- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است نسبت به عملکرد وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مذکور در این قانون نظارت کامل داشته با مشاهده تخلف جهت تعقیب قانونی مورد یا موارد را به مراجع صالحه قضایی احاطه داده و نتیجه را از طریق کمیسیون ارشاد اسلامی مجلس به اطلاع نمایندگان مجلس برساند.

تبصره ۵- هرگونه هزینه و تخلف از این قانون در حکم تصرف غیرمجاز در اموال دولتی می‌باشد.

تبصره ۶- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است آیین‌نامه اجرایی این قانون را ظرف ۴ ماه پس از ابلاغ تهیه و به تصویب هیأت وزیران برساند.

قانون فوق مشتمل بر ماده واحده و شش تبصره در جلسه روز سه شنبه بیست و نهم مهر ماه ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳/۸/۱۳۶۵ به تأیید شورای نگهبان رسیده است.

رئیس مجلس شورای اسلامی - اکبر هاشمی

قانون معافیت مؤسسات انتشاراتی و کتاب فروشان از پرداخت مالیات

ماده واحده - از تاریخ ابلاغ این قانون ناشران و فروشندگان کتاب و مطبوعات اعم از اشخاص حقیقی و یا حقوقی که دارای مجوز فعالیت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشند و همچنین نویسندگان، مترجمین ویراستاران، گرافیست‌ها و سایر پدید آورندگان آثار فرهنگی مکتوب از پرداخت مالیات بر درآمد موضوع فعالیت‌های مطبوعاتی و انتشاراتی معاف می‌باشند.

تبصره ۱- ملاک تشخیص مصادیق موارد مذکور در ماده واحده در صورتی که مشخص نباشد با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

تبصره ۲- اعتبار مورد نیاز برای معافیت مالیاتی مطبوعات و سایر موارد، از محل سهم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از افزایش درآمد آگهی‌های اجاره تابلوهای شهری که به حساب درآمد عمومی کشور نزد خزانه داری کل واریز می‌گردد تامین خواهد شد.

قانون فوق مشتمل بر ماده واحده و دو تبصره در جلسه علنی روز یکشنبه مورخ نهم اردیبهشت ماه یک هزار و سیصد و هشتاد مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۰/۲/۲۶ به تایید شورای نگهبان رسیده است.

آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه (مصوب جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۳۷۹/۱۱/۱۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی)

شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۳۷۹/۱۱/۱۱، بنا به پیشنهاد شورای فرهنگ عمومی (نامه شماره ۳۹۱۱/الف مورخ ۱۳۷۹/۱۰/۱۹) آیین‌نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه را به شرح ذیل تصویب کرد:

ماده ۱- الف - جلوگیری از به کار گرفتن علائم، نشانه‌ها و تصاویری که با فرهنگ اسلامی ایرانی در تعارض است و بر فرهنگ عمومی تاثیر منفی دارد.

ب- حفظ نمونه علامت و تصاویری که به صورت‌های مختلف انتشار می‌یابد و در معرض فروش و استفاده عموم قرار می‌گیرد و یا از طریق جراید و رسانه‌ها تبلیغ می‌شود.

ج- تعیین مشخصات هرگونه طرح و تصویر قابل انتشار.

د- حفظ حقوق طراحان گرافیک و نقاشان با توجه به قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان.

ه- تشویق به استفاده از نقوش ملهم از هنر ایرانی و اسلامی در کالاها.

ماده ۲- طرح‌ها و نقوش اعم از نمادها، خطوط و تصاویر و یا طرح‌های ترکیبی باید مروج هنر

و ارزش‌های اسلامی و ملی و ترغیب نوآوری باشد، استفاده از طرح‌ها و نقوش و تصاویر روی البسه و لوازم التحریر و کالاهای مشابه دیگر که مغایر با ضوابط این آیین‌نامه نباشد، بلامانع است. ماده ۳- طرح و نقشی که آشکار و غیر آشکار دارای نکات و پیام‌هایی نظیر موارد زیر باشد ممنوع است:

- الف- اهانت به ادیان رسمی کشور و کتب آسمانی و مقدسات مذهبی.
- ب- تبلیغ هرگونه مرام، مسلک و فرقه‌ای که به موجب قوانین کشور غیرقانونی می‌باشد و یا به صورت جریان‌های فکری منحرف مطرح باشد.
- ج- تصاویر، کلمات و موضوعات مغایر با فرهنگ عمومی جامعه اسلامی - ایرانی.
- د- نقوش و تصاویر مغایر با اصول فرهنگ عمومی و بومی یا فرهنگ اسلامی - ایرانی.
- تبصره- شاخص‌ها و نحوه تشخیص و تعیین جریان‌های فکری منحرف (بند "ب") و تعیین اصول فرهنگ عمومی، بومی و اسلامی - ایرانی (بند "د") در آیین‌نامه اجرایی مشخص می‌شود.
- ماده ۴- تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای مصرفی فوق‌الذکر ملزم به رعایت ضوابط و معیارهای مصوب شورای نظارت بر علائم و نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و... هستند.
- ماده ۵- صدور مجوز برای کانون‌های مشاوره هنری به منظور ارائه مشاوره به تولیدکنندگان و نظارت بر کار این کانون‌ها به عهده معاونت امور هنری است.
- ماده ۶- شورای نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و... در معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل و اعضای آن به شرح ذیل است:
 - الف- معاون امور هنری (رییس شورا). ب- مدیر کل مرکز هنرهای تجسمی. ج- نماینده سازمان میراث فرهنگی. د- نماینده انجمن آثار و مفاخر فرهنگی. ه- نماینده وزارت اطلاعات.
 - و- دو نفر از کارشناسان برجسته هنرهای تجسمی به پیشنهاد معاون امور هنری و تصویب شورای فرهنگ عمومی.
 - ز- يك نفر صاحب‌نظر در مسایل فرهنگی، تاریخی و دینی از سازمان تبلیغات اسلامی و با تصویب شورای فرهنگ عمومی.
 - ح- يك نفر صاحب‌نظر در مسایل تربیتی از وزارت آموزش و پرورش با تصویب شورای فرهنگ عمومی.
 - ط- کارشناس حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به پیشنهاد معاونت حقوقی.
 - ی- نماینده وزارت بازرگانی.

تبصره ۱- معاونت امور هنری می‌تواند دبیرخانه‌های مشورتی در استان‌هایی که توانایی انجام این کار را دارند تشکیل دهد. همچنین تعیین میزان و نحوه مشارکت استان‌ها در چارچوب نظارتی، به عهده معاونت امور هنری است.

تبصره ۲- تصمیمات شورای نظارت با تایید اکثریت اعضاء معتبر خواهد بود.

ماده ۷- دبیرخانه شورا موظف به ثبت و حمایت نقوش به کار گرفته در کالاهاست. همچنین طبق قانون باید از حقوق مولفان و مصنفان حمایت شود.

ماده ۸- شورا می‌تواند در صورت لزوم از متخصصین و مطلعین امر برای شرکت در جلسات شورا دعوت به عمل آورد. ضرورت امر و انتخاب فرد مورد نظر، با تایید رییس شورا خواهد بود.

ماده ۹- شورای نظارت دبیرخانه‌ای خواهد داشت که وظایف آن فراهم آوردن مقدمات تشکیل جلسات و پیگیری مصوبات و نظارت بر نحوه اجرای آن‌ها است.

ماده ۱۰- شورا برای پیگیری امور و جرائم و تخلفات، یک واحد حقوقی به عنوان مدعی در دبیرخانه تشکیل می‌دهد.

ماده ۱۱- رسانه‌های گروهی بالاخص صدا و سیما و مطبوعات موظفند نسبت به تبلیغ و ترویج نقوش ملهم از هنر ایرانی - اسلامی تلاش کنند.

ماده ۱۲- دستورالعمل‌های اجرایی و حدود اختیارات شورای نظارت در چارچوب این آیین‌نامه توسط معاونت امور هنری تهیه و در شورای فرهنگ عمومی مورد تصویب قرار می‌گیرد.

آیین‌نامه فوق در ۱۲ ماده و ۳ تبصره در جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۳۷۹/۱۱/۱۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.

مصوبه واگذاری مسئولیت چاپ انواع تقویم به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

براساس تصمیم متخذ در جلسه ۱۳۶۱/۱۱/۶ هیأت وزیران مسئولیت چاپ انواع تقویم به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار می‌گردد لذا مقتضی است از این تاریخ کلیه وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی در این زمینه رأساً اقدام ننمایند.

تصویب نامه در مورد معافیت از سود بازرگانی دستگاه‌های حروف چینی و قطعات یدکی آن‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۶۲/۸/۱۸ تصویب نمودند کلیه دستگاه‌های حروفچینی و قطعات یدکی آن‌ها که مورد نیاز روزنامه‌های مجاز کشور (به تشخیص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) می‌باشد اعم از مجاز، مشروط و غیرمجاز

با موافقت نخست وزیر از پرداخت سود بازرگانی معاف است.

تبصره - موافقت با معافیت سود بازرگانی کالاهای مشروط و غیرمجاز، مجوز ورود آنها نیز بوده و نیازی به احراز شرط نخواهد داشت.

این تصویب نامه جایگزین مصوبه شماره ۲۵۳۹۶ مورخ ۱۳۶۲/۴/۱۴ هیأت وزیران است.

تصویب نامه در خصوص تشکیل شورای تمبر با ترکیب جدید

هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۶۲/۵/۹ بنا به پیشنهاد شماره ۴۴۶۳/۴/۷۸۵/ک مورخ ۶۲/۳/۱۷ وزارت پست و تلگراف و تلفن تصویب نمودند، به منظور بهبود وضع چاپ و انتشار تمبرهای جاری و یادبود پستی که نقش موثری در نشر و بیان سبلیک فرهنگ و مواضع اصیل انقلاب اسلامی ایران دارد، شورای تمبر با ترکیب جدید مرکب از نمایندگان تام‌الاختیار وزارتخانه‌های پست و تلگراف و تلفن، امور اقتصادی و دارایی، امور خارجه، ارشاد اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی تحت نظر نماینده تام‌الاختیار وزارت پست و تلگراف و تلفن تشکیل و نسبت به کلیه امور مربوطه تمبرهای یاد شده بررسی و اتخاذ تصمیم نموده، نتیجه را جهت اجرا و سفارش چاپ، به وزارت مذکور اعلام نماید.

وزارت امور اقتصادی و دارایی و سازمان‌های وابسته و ذی‌ربط (سازمان چاپخانه دولتی ایران) با توجه به اهمیت موضوع، به اجرای تصمیمات شورای مذکور و قبول و چاپ کلیه سفارشات اعلام شده توسط وزارت پست و تلگراف و تلفن اقدام می‌نماید.

این تصویب‌نامه از تاریخ تصویب جایگزین مصوبه ۴۳/۳/۲۵ هیأت وزیران می‌باشد.

ضوابط برگزاری مسابقات فرهنگی و هنری

با توجه به مفاد بند هشتم و نهم ماده دوم آیین‌نامه شورای فرهنگ عمومی کشور و بند بیست و یکم شرح وظایف قانونی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شرایط و نحوه برگزاری مسابقات فرهنگی و هنری به شرح زیر تعیین و اعلام می‌گردد.

ماده ۸- کلیه نشریات، چاپخانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی مکلفند از چاپ و انتشار هرگونه خبر یا آگهی و اطلاعاتی و اعلام مربوط به مسابقات بدون مجوز خودداری نمایند.

ماده ۹- این ضوابط برای کلیه مؤسسات و مراکز فرهنگی و غیر فرهنگی و اشخاص و مراکز مطبوعاتی و انتشاراتی لازم‌الاجرا است و متخلف تحت پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

ماده ۱۰- این مصوبه در ۱۰ ماده و ۱ تبصره در جلسات ۴۹ و ۵۴ مورخ ۱۳۶۶/۱۱/۱۰ و

۱۳۶۷/۲/۱۰ شورای فرهنگ عمومی به تصویب رسیده است .

قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷

باب سوم- در قواعد مختلف

مبحث اول- حمایت‌های انحصاری در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل دوم در قواعد تبلیغ

ماده ۵۰. تامین کنندگان در تبلیغ کالا و خدمات خود نباید مرتکب فعل یا ترک فعلی شوند که سبب مشتبه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود.

ماده ۵۱. تامین کنندگانی که برای فروش کالا و خدمات خود تبلیغ می کنند نباید سلامتی افراد را به خطراندازند.

ماده ۵۲. تامین کننده باید به نحوی تبلیغ کند که مصرف کننده به طور دقیق، صحیح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند.

ماده ۵۳. در تبلیغات و بازاریابی باید هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست روشن و صریح باشد.

ماده ۵۴. تامین کنندگان نباید از خصوصیات ویژه معاملات به روش الکترونیکی جهت مخفی نمودن حقایق مربوط به هویت یا محل کسب خود سوء استفاده کنند.

ماده ۵۵. تامین کنندگان باید تمهیداتی را برای مصرف کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی و یا پست الکترونیکی خود تصمیم بگیرند.

ماده ۵۶. تامین کنندگان در تبلیغات باید مطابق با رویه حرفه‌ای عمل نمایند. ضوابط آن به موجب آیین‌نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

مبحث دوم- حفاظت از داده پیام در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول- حمایت از حق مولف در بستر الکترونیکی

ماده ۶۲. حق تکثیر، اجراء و توزیع (عرضه و نشر) آثار تحت حمایت قانون حمایت حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲/۹/۲۶ و قانون حمایت از حقوق پدید آورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۴، به صورت ((داده پیام)) "منحصراً" در اختیار مولف است. کلیه آثار و تالیفاتی که در قالب ((داده پیام)) می باشند، از جمله اطلاعات، نرم افزارها و برنامه‌های رایانه‌ای، ابزار و

روش‌های رایانه‌ای و پایگاه‌های داده و همچنین حمایت از حقوق مالکیت‌های فکری در بستر مبادلات الکترونیکی شامل حق اختراع، حق طراحی، حق مولف، حقوق مرتبط با حق مولف، حمایت از پایگاه‌های داده، حمایت از نقشه مدارهای یکپارچه قطعات الکترونیکی (Integrated Circuits & Chips) و حمایت از اسرار تجاری، مشمول قوانین مذکور در این ماده و قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰/۴/۱ و آیین‌نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷/۴/۱۴ خواهد بود، منوط بر آن که امور مذکور در آن دو قانون موافق مصوبات مجلس شورای اسلامی باشد.

تبصره ۱. حقوق مرتبط با مالکیت ادبی و هنری (Related Rights) که پیش از این به عنوان حقوق جانبی مالکیت ادبی و هنری (Neighboring Rights) شناخته می‌شدند شامل حقوق مادی و معنوی برای عناصر دیگری علاوه بر مولف، از جمله حقوق هنرمندان مجری آثار، تولیدکنندگان صفحات صوتی و تصویری و سازمان‌ها و مؤسسات ضبط و پخش می‌باشند که مشمول قوانین مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و ۱۳۵۲/۹/۲۶ مورد اشاره در این ماده می‌باشند.

تبصره ۲. مدار یکپارچه (Integrated Circuit) یک جزء الکترونیکی با نقشه و منطقی خاص است که عملکرد و کارایی آن قابلیت جایگزینی با تعداد بسیار زیادی از اجزاء الکترونیکی متعارف را داراست. طراحی‌های نقشه، جانمایی و منطق این مدارها بر اساس قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰/۴/۱ و آیین‌نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷/۴/۱۴ مورد حمایت می‌باشد.

فصل دوم- حمایت از اسرار تجاری

ماده ۶۴. به منظور حمایت از رقابت‌های مشروع و عادلانه در بستر مبادلات الکترونیکی، تحصیل غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاه‌ها و مؤسسات برای خود و یا افشای آن برای اشخاص ثالث در محیط الکترونیکی جرم محسوب و مرتکب به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.

فصل سوم- حمایت از علائم تجاری

ماده ۶۶. به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش بر خط (Online) علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.

مبحث سوم- نقض حقوق انحصاری در بستر مبادلات الکترونیک

فصل اول- نقض حقوق مصرف کننده و قواعد تبلیغ

ماده ۶۹. تامین کننده متخلف از مواد (۳۳)، (۳۴)، (۳۵)، (۳۶) و (۳۷) این قانون به مجازات از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهد شد.

تبصره. تامین کننده متخلف از ماده (۳۷) به حداکثر مجازات محکوم خواهد شد.

مبحث چهارم- نقض حفاظت از داده پیام در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول- نقض حق مولف

ماده ۷۴. هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی با تکثیر، اجرا و توزیع (عرضه و نشر) مواردی که در قانون حمایت حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲/۹/۲۶ و قانون حمایت از حقوق پدید آورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۴، منوط بر آن که امور مذکور طبق مصوبات مجلس شورای اسلامی مجاز شمرده شود، در صورتی که حق تصریح شده مولفان را نقض نماید به مجازات سه ماه تا یکسال حبس و جزای نقدی به میزان پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهد شد.

فصل سوم- نقض علائم تجاری

ماده ۷۶. متخلفان از ماده ۶۶) این قانون به یک تا سه سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهند شد.

مقررات صادرات و واردات مصوب ۷۲/۷/۴ مجلس شورای اسلامی

ماده ۳۶: صدور کتب، نشریات، فیلم، نوار، تابلو نقاشی و سایر آثار فرهنگی و هنری:

صدور کتب و نشریات، فیلم و نوار که نشر و پخش آن‌ها در کشور ممنوع نیست، مجاز است. صدور تابلو نقاشی و سایر آثار فرهنگی با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز می‌باشد.

ماده ۳۷: صدور کالا از طریق پست با حفظ جنبه غیر تجاری به استثنای کالاهایی که شرعاً یا قانوناً ممنوع الصدور هستند بدون مطالبه کارت بازرگانی و مجوز صدور به هر میزان از لحاظ قیمت با رعایت سایر مقررات مجاز است. چنانچه خروج برخی کالاها از این طریق به صورت یک جریان تجاری درآمد وزارت بازرگانی می‌تواند فهرست کالاهای مذکور را برای جلوگیری از خروج آن‌ها به گمرگ اعلام نماید.

تبصره - سقف میزان کالای خارجی قابل ارسال از طریق پست حداکثر ۸۰ دلار برای هر نفر خواهد بود.

ماده ۳۸: واردات قطعی کالا به صورت بدون انتقال ارز:

۱- قطعات یدکی، ابزار برشی، قالب نو یا مستعمل و نمونه کالا (برای تحقیق و کپی برداری) برای واحدهای تولیدی، آموزشی یا تحقیقاتی همچنین نمونه دارویی، مواد اولیه و مواد جانبی) و مواد مورد نیاز برای بسته‌بندی آن، تجهیزات و ملزومات پزشکی، آزمایشگاهی و بهداشتی، شیروغذای کودک، کتب و نشریات و تجهیزات آزمایشگاهی و ملزومات تحقیقات علمی برای دانشگاه‌های علوم پزشکی در صورتی که جنبه تجاری نداشته باشد، رأساً به نام واحد تولیدی یا مؤسسه آموزشی یا تحقیقاتی یا درمانی مربوط قابل ورود و ترخیص است.

۲- در صورت کسر تخلیه، ضایعات کالای وارداتی و مغایرت کالای وارداتی با کالای سفارش شده که فروشنده خارجی ملزم به ارسال کالای مجانی برای جبران خسارت می‌گردد، کالای ارسالی با تشخیص گمرک ایران و موافقت وزارت بازرگانی قابل ورود و ترخیص است.

تبصره ۱- کسری محتویات محموله‌های C.K.D کارخانجات موتاژ که پس از ترخیص کالا از گمرک معلوم می‌گردد، تنها با تشخیص وزارتخانه تولیدی ذی‌ربط و موافقت وزارت بازرگانی قابل ترخیص خواهد بود.

تبصره ۲- اقلام وارداتی مورد نیاز واحدهای تولیدی که پس از ترخیص از گمرک مشخص شود فاقد کیفیت مورد سفارش بوده، با تایید وزارتخانه تولیدی ربط و تایید وزارت بازرگانی قابل ترخیص است.

۱- مفاد این ماده مطابق مصوبه شماره ۵۹۱۷۴/ت/۲۱۰۹۲ ه مورخ ۷۹/۱۲/۲۳ اصلاح گردیده است.

۲- به موجب ماده ۱۶ قانون تنظیم بخشی از مقررات تسهیل نوسازی صنایع کشور و اصلاح ماده (۱۱۳) قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، تسهیلاتی در مورد ورود بدون انتقال ارز ماشین آلات، تجهیزات تولیدی، قطعات یدکی و مواد اولیه و واسطه‌های واحدهای صنعتی و معدنی و ابزارآلات صنعتی داده شده است.

۱- در مواردی که خریدار موفق به اخذ تخفیف از فروشنده شود با مشخص نمودن ارتباط مورد با واردات قبلی خود واردات و ترخیص کالای ارسالی بابت تخفیف با تشخیص گمرک ایران و موافقت وزارت بازرگانی بلامانع است.

۱- کاتالوگ، بروشور، تقویم، کتابچه، CD، دیسکت، نوار و میکرو فیلم حاوی مشخصات فنی و تجاری کالا، اسناد مربوط به حمل کالا، نقشه‌های فنی و نمونه‌های فاقد بهای ذاتی (نظیر

تابلو منسوجات و غیره) بدون پرداخت سود بازرگانی و بدون کسب مجوزهای مقرر در جدول ضمیمه این آیین نامه قابل ترخیص می باشد.

۱- کالاهای مورد نیاز پیمانکاران و مشاوران، با تشخیص و موافقت سازمان دولتی ذی ربط و موافقت وزارت بازرگانی قابل ورود و ترخیص است.

۱- * ورود و ترخیص موقت یا قطعی کتب و نشریات، CD، دیسکت، نوار و میکرو فیلم حاوی مطالب علمی و فرهنگی و سایر محصولات صنعت چاپ، تکثیر و کپی برداری در زمینه های علمی و فنی مشروط بر آن که از نوع ممنوع شرعی یا قانونی نباشد، با موافقت وزارتخانه های ((علوم، تحقیقات و فناوری)) و ((بهداشت، درمان و آموزش پزشکی)) حسب مورد و در سایر زمینه های با موافقت وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون ارائه هیچ گونه مجوز دیگری قابل انجام است.

۲- اجزا، قطعات، تجهیزات و لوازم مورد نیاز خط تولید واحدهای تولیدی داخلی که بر اساس قرارداد فروش از طرف فروشندگان خارجی به صورت رایگان به نام واحد تولیدی اسال می گردد، به تشخیص وزارتخانه تولیدی ذی ربط و موافقت وزارت بازرگانی قابل ترخیص خواهد بود.

۳- اجزا، قطعات و لوازم مورد نیاز برای تعمیر و نگهداری و خدمات پس از فروش دستگاه های خارجی موجود در داخل کشور توسط نمایندگی های مجاز، با کسب مجوزهای لازم قابل ترخیص می باشد.

۴- ورود و ترخیص هرگونه کالای مجاز اعلام شده توسط وزارت بازرگانی به صورت بدون انتقال ارز و با انجام ثبت سفارش و پرداخت حق ثبت سفارش و سایر حقوق قانونی قبل از ترخیص کالا و بدون ارائه هرگونه مجوز دیگری مجاز است.

ماده ۳۹: ورود کالا از طریق پست:

ترخیص کالاهایی که از طریق پست وارد می شود به استثنای اقلامی که ورود آنها از نظر شرعی یا قانونی ممنوع است مشروط بر آن که جنبه تجاری پیدا نکند تا ارزش حداکثر پنجاه (۵۰) دلار به نام هر نفر بدون پرداخت حقوق گمرکی و سود بازرگانی، بدون مطالبه کارت بازرگانی و مجوزهای مقرر در جدول مقررات صادرات و واردات، بلامانع است. در صورتی که ورود کالا از این طریق به صورت یک جریان تجاری درآمد یا مشکلات دیگری را برای کشور ایجاد کند وزارت بازرگانی می تواند با هماهنگی وزارت پست و تلگراف و تلفن فهرست کالاهای مذکور را برای جلوگیری از ترخیص به گمرک اعلام نماید.

تبصره - ورود کالاهای موضوع ماده (۳۸) (بدون انتقال ارز) از طریق پست نیز امکان‌پذیر می‌باشد.

ماده ۴۰:

مدت اعتبار ثبت سفارش وزارت بازرگانی و حداکثر مدت اعتبار برای اعتبارات اسنادی و بروات اسنادی:

مدت اعتبار ثبت سفارش توسط وزارت بازرگانی تعیین و اعلام می‌شود و مدت اعتبار اعتبارات اسنادی و بروات اسنادی توسط بانک مرکزی تعیین و اعلام خواهد گردید. مهلت‌های مذکور که در ابتدای هر سال توسط وزارت بازرگانی و بانک مرکزی حسب مورد تعیین و اعلام می‌گردد برای کلیه سازمان‌های ذی‌ربط لازم‌الرعایه خواهد بود. موارد خاص با توافق طرفین انجام خواهد شد.

تبصره ۱- تمدید اعتبارات اسنادی و ثبت سفارش که واردات کالای موضوع آن‌ها ممنوع می‌گردد یا شرط ورود آن‌ها در جهت محدودیت تغییر می‌کند منوط به موافقت وزارت بازرگانی است.

تبصره ۲- حداکثر مهلت حمل کالاهای تجاری از محل بروات اسنادی از تاریخ ثبت سفارش در بانک توسط بانک مرکزی تعیین می‌شود.

آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

ماده ۸ / آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

واردکنندگان کالاهای مختلف اعم از دولتی و غیردولتی جهت اخذ مجوز ورود و ثبت سفارش باید منحصراً، به وزارت بازرگانی مراجعه کنند.

تبصره ۱- موافقت با ورود کالا، مجوز ترخیص نیز تلقی شده و نیاز به اخذ مجوز جداگانه ندارد.

ماده ۳۶ / آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

صدور کتب و نشریات، فیلم و نوار، نقاشی و سایر آثار فرهنگی و هنری

صدور کتب و نشریات، فیلم و نوار که نشر و پخش آن در کشور ممنوع نیست، مجاز است.

صدور تابلو نقاشی و سایر آثار فرهنگی با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز می‌باشد.

بند ۶ تبصره ۲ ماده ۳۸

ورود و ترخیص موقت یا قطعی کتب و نشریات، CD، دیسکت، نوار و میکرو فیلم حاوی مطالب علمی و فرهنگی و سایر محصولات صنعت چاپ، تکثیر و کپی برداری در زمینه‌های علمی و فنی مشروط بر آن‌که از نوع ممنوع شرعی یا قانونی نباشد، با موافقت وزارتخانه‌های («علوم، تحقیقات و فناوری») «بهداشت، درمان و آموزش پزشکی» حسب مورد و در سایر زمینه‌ها با موافقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون ارائه هیچ‌گونه مجوز دیگری قابل انجام است.

مندرجات ذیل یادداشت فصل ۸۴ آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات بند ۱. ورود هرگونه ماشین آلات چاپ، لیتوگرافی، گراور ساز، حروف چینی و صحافی موکول به اجازه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

مندرجات ذیل یادداشت فصل ۹۷ آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات بند ۱. به موجب مصوبه قانونی شماره ۶۴۱۶ مورخ ۱۳۵۸/۵/۲۰ شورای انقلاب اسلامی قانون معافیت ورود و صدور اشیاء عتیقه و آثار فرهنگی و هنری اصیل و معتبر مورخ ۲۲ تیرماه ۱۳۵۴ و آیین‌نامه اجرایی آن مورخ ۵۴/۷/۲۸ (جز در مورد اشیاء عتیقه و هنری که به گواهی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای موزه‌های دولتی خریداری و وارد می‌شود) لغو شده است.

بند ۴. به موجب بند ۱ مصوبه قانونی شورای انقلاب اسلامی مصوب ۱۳۵۸/۱۰/۲۲ صدور هرگونه اشیاء عتیقه و هنری از کشور ممنوع است. این ممنوعیت شامل تابلو و آثار هنرهای تجسمی معاصر (مربوط به پنجاه سال اخیر) نمی‌شود.

بند ۶. ورود کلیه کالاهای این فصل (فصل ۹۷) موکول به موافقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز می‌باشد.

قانون مجازات اسلامی

فصل پنجم - جعل و تزویر

ماده ۵۲۳ - جعل و تزویر عبارتند از: ساختن نوشته یا سند یا ساختن مهر یا امضای اشخاص رسمی یا غیررسمی، خراشیدن یا تراشیدن یا قلم بردن یا الحاق یا محو یا اثبات یا سیاه کردن یا تقدیم یا تأخیر تاریخ سند نسبت به تاریخ حقیقی یا الصاق نوشته‌ای به نوشته دیگر یا به کار بردن مهر دیگری بدون اجازه صاحب آن و نظایر این‌ها به قصد تقلب.

ماده ۵۲۴ - هرکس احکام یا امضا یا مهر یا فرمان یا دست‌خط مقام رهبری و یا رؤسای سه قوه را به اعتبار مقام آنان جعل کند یا با علم به جعل یا تزویر استعمال نماید، به حبس از سه تا پانزده سال محکوم خواهد شد.

ماده ۵۲۵ - هر کس یکی از اشیای ذیل را جعل کند یا با علم به جعل یا تزویر استعمال کند یا داخل کشور نماید علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از یک تا ده سال محکوم خواهد شد:

۱- احکام یا امضا یا مهر یا دست خط معاون اول رئیس جمهور یا وزرا یا مهر یا امضای اعضای شورای نگهبان یا نمایندگان مجلس شورای اسلامی یا مجلس خبرگان یا قضات یا یکی از رؤسا یا کارمندان و مسئولین دولتی از حیث مقام رسمی آنان.

۲- مهر یا تمبر یا علامت یکی از شرکتها یا مؤسسات یا ادارات دولتی یا نهادهای انقلاب اسلامی

۳- احکام دادگاهها یا اسناد یا حواله‌های صادره از خزانه دولتی

۴- منگنه یا علامتی که برای تعیین عیار طلا یا نقره به کار می‌رود.

۵- اسکناس رایج داخلی یا خارجی یا اسناد بانکی نظیر برات‌های قبول شده از طرف بانکها یا چک‌های صادره از طرف بانکها و سایر اسناد تعهدآور بانکی

تبصره: هر کس عمداً و بدون داشتن مستندات و مجوز رسمی داخلی و بین‌المللی و به منظور القای شبهه در کیفیت تولیدات و خدمات از نام و علائم استاندارد ملی یا بین‌المللی استفاده نماید به حداکثر مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.

ماده ۵۲۶ - هر کس اسکناس رایج داخلی یا خارجی یا اسناد بانکی نظیر برات‌های قبول شده از طرف بانکها یا چک‌های صادره از طرف بانکها و سایر اسناد تعهدآور بانکی و نیز اسناد یا اوراق بهادار یا حواله‌های صادره از خزانه را به قصد اخلال در وضع پولی یا بانکی یا اقتصادی یا برهم زدن نظام و امنیت سیاسی و اجتماعی جعل یا وارد کشور نماید یا با علم به مجعول بودن استفاده کند، چنان چه مفسد و محارب شناخته نشود به حبس از پنج تا بیست سال محکوم می‌شود.

ماده ۵۲۷ - هر کس مدارک اشتغال به تحصیل یا فارغ‌التحصیلی یا تأییدیه یا ریز نمرات تحصیلی دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی و تحقیقاتی داخل یا خارج از کشور یا ارزشنامه‌های تحصیلات خارجی را جعل کند یا با علم به جعلی بودن آن را مورد استفاده قرار دهد علاوه بر جبران خسارت، به حبس از یک تا سه سال محکوم خواهد شد.

در صورتی که مرتکب، یکی از کارکنان وزارتخانه‌ها یا سازمانها و مؤسسات وابسته به دولت یا شهرداری‌ها یا نهادهای انقلاب اسلامی باشد یا به نحوی از انحا در امر جعل یا استفاده از مدارک و اوراق جعلی شرکت داشته باشد به حداکثر مجازات محکوم می‌گردد.

ماده ۵۲۸ - هرکس مهر یا منگنه یا علامت یکی از ادارات یا مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی مانند شهرداری‌ها را جعل کند یا با علم به جعل استعمال نماید علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد.

ماده ۵۲۹ - هرکس مهر یا منگنه یا علامت یکی از شرکت‌های غیردولتی که مطابق قانون تشکیل شده است یا یکی از تجارتخانه‌ها را جعل کند یا با علم به جعل، استعمال نماید علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا دو سال محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۰ - هرکس مهر یا تمبر یا علامت ادارات یا شرکت‌ها یا تجارتخانه‌های مذکور در مواد قبل را بدون مجوز به دست آورد و به طریقی که به حقوق و منافع آن‌ها ضرر وارد آورد استعمال کند یا سبب استعمال آن گردد علاوه بر جبران خسارت وارده به دو ماه تا دو سال حبس محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۱ - اشخاصی که مرتکب جرایم مذکور در مواد قبل شده‌اند هرگاه قبل از تعقیب به دولت اطلاع دهند و سایر مرتکبین را در صورت بودن، معرفی کنند یا بعد از تعقیب وسایل دستگیری آن‌ها را فراهم نمایند حسب مورد در مجازات آنان تخفیف داده می‌شود و یا از مجازات معاف خواهند شد.

ماده ۵۳۲ - هر یک از کارمندان و مسئولان دولتی که در اجرای وظیفه خود در احکام و تقریرات و نوشته‌ها و اسناد و سجلات و دفاتر و غیر آن‌ها از نوشته‌ها و اوراق رسمی تزویر کند اعم از این که امضا یا مهری را ساخته یا امضا یا مهر یا خطوط را تحریف کرده یا کلمه‌ای الحاق کند یا اسامی اشخاص را تغییر دهد علاوه بر مجازات‌های اداری و جبران خسارت وارده به حبس از یک تا پنج سال یا به پرداخت شش تا سی میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۳ - اشخاصی که کارمند یا مسئول دولتی نیستند هرگاه مرتکب یکی از جرایم مذکور در ماده قبل شوند علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از شش ماه تا سه سال یا سه تا هجده میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهند شد.

ماده ۵۳۴ - هر یک از کارکنان ادارات دولتی و مراجع قضایی و مأمورین به خدمات عمومی که در تحریر نوشته‌ها و قراردادهای راجع به وظایفشان مرتکب جعل و تزویر شوند اعم از این که موضوع یا مضمون آن را تغییر دهند یا گفته و نوشته یکی از مقامات رسمی، مهر یا تقریرات یکی از طرفین را تحریف کنند یا امر باطلی را صحیح یا صحیحی را باطل یا چیزی را که بدان اقرار نشده است اقرار شده جلوه دهند، علاوه بر مجازات‌های اداری و جبران خسارت وارده به حبس

از یک تا پنج سال یا شش تا سی میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهند شد.
ماده ۵۳۵- هر کس اوراق مجعول مذکور در مواد (۵۳۲) و (۵۳۳) و (۵۳۴) را با علم به جعل و تزویر مورد استفاده قرار دهد علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از شش ماه تا سه سال یا به سه تا هجده میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۶- هر کس در اسناد یا نوشته‌های غیررسمی جعل یا تزویر کند یا با علم به جعل و تزویر آن‌ها را مورد استفاده قرار دهد علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از شش ماه تا دو سال یا به سه تا دوازده میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۷- عکسبرداری از کارت شناسایی، اوراق هویت شخصی و مدارک دولتی و عمومی و سایر مدارک مشابه در صورتی که موجب اشتباه با اصل شود باید مهمور به مهر یا علامتی باشد که نشان دهد آن مدارک رونوشت یا عکس می‌باشد، در غیر این صورت عمل فوق جعل محسوب می‌شود و تهیه کنندگان این گونه مدارک و استفاده کنندگان از آن‌ها به جای اصلی عالماً عامداً، علاوه بر جبران خسارت به حبس از شش ماه تا دو سال و یا به سه تا دوازده میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهند شد.

ماده ۵۳۸- هر کس شخصاً یا توسط دیگری برای معافیت خود یا شخص دیگری از خدمت دولت یا نظام وظیفه یا برای تقدیم به دادگاه گواهی پزشکی به اسم طبیب جعل کند به حبس از شش ماه تا یک سال یا به سه تا شش میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

ماده ۵۳۹- هر گاه طبیب تصدیق نامه بر خلاف واقع درباره شخصی برای معافیت از خدمت در ادارات رسمی یا نظام وظیفه یا برای تقدیم به مراجع قضایی بدهد به حبس از شش ماه تا دو سال یا به سه تا دوازده میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد و هر گاه تصدیق نامه مزبور به واسطه اخذ مال یا وجهی انجام گرفته علاوه بر استرداد و ضبط آن به عنوان جریمه، به مجازات مقرر برای رشوه گیرنده محکوم می‌گردد.

ماده ۵۴۰- برای سایر تصدیق نامه‌های خلاف واقع که موجب ضرر شخص ثالثی باشد یا آن که خسارتی بر خزانه دولت وارد آورد مرتکب علاوه بر جبران خسارت وارده به شلاق تا (۷۴) ضربه یا به دو بیست هزار تا دو میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

ماده ۵۴۱- هر کس به جای داوطلب اصلی هر یک از آزمون‌ها اعم از کنکور ورودی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، دانشسراها، مراکز تربیت معلم، اعزام دانشجویان به خارج از کشور یا امتحانات داخلی و نهایی واحدهای مزبور یا امتحانات دبیرستان‌ها، مدارس راهنمایی و هنرستان‌ها

و غیرو در جلسه امتحان شرکت نماید، حسب مورد مرتکب و داوطلب علاوه بر مجازات اداری و انتظامی به دویست هزار تا یک میلیون ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

ماده ۵۴۲- مجازات شروع به جعل و تزویر در این فصل حداقل مجازات تعیین شده همان مورد خواهد بود.

فصل هجدهم - جرایم ضد عفت و اخلاق عمومی

ماده ۶۴۰- اشخاص ذیل به حبس از سه ماه تا یک سال و جزای نقدی از یک میلیون و پانصد هزار ریال تا شش میلیون ریال و تا ۷۴ ضربه شلاق یا به یک یا دو مجازات مذکور خواهند شد:

۱- هر کس نوشته یا طرح، گراور، نقاشی، تصاویر، مطبوعات، اعلانات، علایم، فیلم، نوار سینما و یا به طور کلی هر چیز کلی که عفت و اخلاق عمومی را جریحه دار نماید برای تجارت یا توزیع به نمایش و معرض انظار عمومی گذارد یا بسازد یا برای تجارت و توزیع نگاه دارد.

۲- هر کس اشیاء مذکور را به منظور اهداف فوق شخصاً یا به وسیله دیگری وارد یا صادر کند و یا به نحوی از انحاء متصدی یا واسطه تجارت و یا هر قسم معامله دیگر شود یا از کرایه دادن آن‌ها تحصیل مال نماید.

۳- هر کس اشیاء فوق را به نحوی از انحاء منتشر نماید یا آن‌ها را به معرض انظار عمومی بگذارد.

۴- هر کس برای تشویق به معامله اشیای مذکور در فوق و یا ترویج آن اشیاء به نحوی از انحاء اعلان و یا فاعل یکی از اعمال ممنوعه فوق و یا محل بدست آوردن آن را معرفی نماید.

تبصره ۱- مفاد این ماده شامل اشیائی نخواهد بود که با رعایت موازین شرعی و برای مقاصد علمی یا هر مصلحت حلال عقلانی دیگر تهیه یا خرید و فروش و مورد استفاده متعارف علمی قرار می‌گیرد.

تبصره ۲- اشیای مذکور ضبط و محو آثار می‌گردد و جهت استفاده لازم به دستگاه دولتی ذی‌ربط تحویل خواهد شد.

قانون ساماندهی مد و لباس

ماده ۱- به منظور حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی، ارج نهادن، تبیین، تثبیت و ترویج الگوهای بومی و ملی، هدایت بازار تولید و عرضه البسه و پوشاک براساس طرح‌ها و الگوهای داخلی و نیز در جهت ترغیب مردم به پرهیز از انتخاب و پرهیز از مصرف الگوهای بیگانه و غیر مأنوس با فرهنگ و هویت ایرانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است جهت

پی ریزی ساختار مدیریتی موضوع این قانون، کار گروهی (کمیته‌ای) متشکل از یک نفر نماینده تام‌الاختیار از یک نفر نماینده تام‌الاختیار از هر کدام از وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، بازرگانی و صنایع و معادن و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و سه نفر از نمایندگان صنوف ذی‌ربط (طراحان و تولیدکنندگان) و یک نفر نماینده از کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی به عنوان ناظر تشکیل دهد.

تبصره - مصوبات این کارگروه (کمیته) پس از امضاء و ابلاغ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی قابل اجرا خواهد بود.

ماده ۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مکلفند در جهت ترویج نمادها و الگوهای پارچه و لباس ایرانی و بومی مناطق مختلف ایران نمادها و الگوهای مورد تأیید کار گروه (کمیته) یاده شده در ماده (۱) این قانون را تشویق و ترغیب و تبلیغ نمایند و در جهت پرهیز از تبلیغ الگوهای مغایر با فرهنگ ایرانی - اسلامی اهتمام جدی بورزند.

ماده ۳- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است با همکاری وزارت بازرگانی جهت تبادل فرهنگی ملل مسامان، موزه، نمایشگاه و جشنواره ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی با محوریت معرفی نمادها و الگوهای پارچه و لباس ایرانی - اسلامی برگزار نماید.

ماده ۴- طرح‌ها و الگوهای تولید شده پارچه و لباس مبتنی بر نمادهای ایرانی - اسلامی مشمول حمایت قانونی حقوق مؤلفان و مصنفان و کانون ثبت اختراعات و مالکیت صنعتی خواهد بود.

ماده ۵- وزارت بازرگانی مکلف است برای دسترسی عمومی و حمایت از تولید و فروش پارچه‌ها و پوشاک منطبق با الگوهای ایرانی - اسلامی، نمایشگاه‌های عرضه فصلی مد و لباس و پوشاک برگزار نماید.

ماده ۶- وزارت بازرگانی مکلف است برای حمایت از تولیدات داخلی با رعایت قانون مقررات صادرات و واردات مصوب سال ۱۳۷۲ و اصلاحات بعدی آن، عوارض گمرکی، بر واردات تجاری پوشاک و پارچه‌های خارجی وضع نماید به نحوی که امکان رقابت برای تولیدکنندگان داخلی فراهم گردد.

ماده ۷- وزارتخانه‌های تعاون، کار و امور اجتماعی و صنایع و معادن مکلفند در تأسیس تعاونی، اعطای مجوز فعالیت و استفاده از تسهیلات دولتی، طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس مبتنی بر الگوهای ایرانی - اسلامی را در اولویت قرار دهند.

تبصره - تعیین شرایط استفاده از تسهیلات و مزایای دولتی و مشمولان آن به عهده کارگروه (کمیته) یاد شده در ماده (۱) این قانون خواهد بود.

تبصره ۲ - بانک ها ملزوم هستند که در اعطای تسهیلات بانکی و وام های خود اشتغالی، متقاضیان فوق را در اولویت قرار دهند.

ماده ۸ - وزارت بازرگانی موظف است تمهیدات و اقدامات حمایتی لازم را برای تشکیل و تقویت صنف طراحان لباس لباس اعمال نماید.

ماده ۹ - کلیه دستگاه های دولتی مکلفند از بودجه سنواتی ردیف های خدماتی رفاهی خود، جهت تشویق تقاضای پارچه و لباس منطبق با الگوهای ایرانی - اسلامی تسهیلات خرید پارچه و لباس های مذکور را در اختیار کارکنان خود قرار دهند.

ماده ۱۰ - وزارتخانه های علوم، تحقیقات و فناوری و فرهنگ و ارشاد اسلامی موظفند نسبت به حمایت و پشتیبانی از تحقیقات و رساله های تخصصی مشمول این قانون اقدام لازم به عمل آورند.

ماده ۱۱ - آیین نامه اجرایی این قانون ظرف مدت سه ماه توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اسلامی با همکاری سایر دستگاه ها و نهادهای ذی ربط تهیه و تصویب هیأت وزیران خواهد رسید. قانون فوق مشتمل بر یازده ماده و سه تبصره در جلسه علنی روز سه شنبه مورخ دوازدهم دی ماه یک هزار و سیصد و هشتاد و پنج مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۵/۱۰/۲۰ به تأیید شورای محترم نگهبان رسید.

قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین (مصوبه ۱۳۷۳ مجلس)

ماده ۵۵ - به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اجازه داده می شود وجوه ذیل را اخذ و به حساب خزانه داری کل واریز نماید:

الف -

۱ - دو درصد (۰.۲٪) هزینه اقامت هر شب یک مسافر در هتل های یک الی پنج ستاره و پلاژهای عمومی و مجتمع های ساحلی.

۲ - درآمد حاصل از اجرای قانون وصول عوارض از متقاضیان شرکت در گشت های گروهی، سیاحتی و زیارتی اعزامی به خارجی از کشور.

۳ - درآمدهای حاصل از فعالیت های فرهنگی، هنری و سیاحتی.

۴ - مبلغ پنجاه (۵۰) ریال به ازای هر نوار کاست و نوار ریل ضبط صوت وارده به کشور (به

استثنای نوارهای وارده توسط سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران) و پانصد (۵۰۰) ریال به ازای هر نوار ویدئو.

۵ - درآمدهای حاصل از اجرای قانون مجازات متخلفین در امور سمعی و بصری.

ب - به منظور توسعه و گسترش آموزش‌های مربوط به صنعت چاپ و حمایت از گسترش فعالیت‌های چاپ و نشر و ایجاد دوره‌های آموزشی برای دست‌اندرکاران امور چاپ و فراهم ساختن تسهیلات برای نظارت و حمایت بیشتر در امر چاپ و نشر، به دولت اجازه داده می‌شود وجوه ذیل را به ترتیب زیر اخذ و به حساب خزانه‌داری کل واریز نماید:

۱ - پنج درصد (۵٪) از کل هزینه‌های انجام شده برای امور چاپی (شامل لیتوگرافی، حروف‌چینی و چاپ) بجز فعالیت‌های چاپی و آموزشی دولتی و کتب و نشریات که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اخذ می‌شود.

۲ - سه درصد (۳٪) از قیمت ماشین‌آلات چاپی و دستگاه‌های وابسته به صنعت چاپ که از خارج وارد می‌شود بر اساس پروفرم‌های گمرکی که توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی اخذ می‌شود.

۳ - نیم درصد قیمت روی کلیه ماشین‌آلات چاپ و سایر تجهیزات وابسته هنگام نقل و انتقال طبق برآورد کارشناسی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، توسط وزارتخانه مذکور را اخذ و به حساب خزانه‌داری کل واریز گردد.

اجازه داده می‌شود معادل صد درصد (۱۰۰٪) درآمد ردیف‌های (۱) و (۲) بند "الف" به منظور خدمات آموزشی و توسعه صنعت جهانگردی و ایرانگردی و صد درصد (۱۰۰٪) درآمد ردیف‌های (۳) و (۴) و (۵) بند "الف" به منظور کمک به فعالیت‌های هدایتی و حمایتی فرهنگی و هنری نظیر برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها و صد درصد (۱۰۰٪) درآمد موضوع بند "ب" به منظور توسعه و گسترش آموزش صنعت چاپ و نشر در جهت اهداف فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به مصرف برسد.

ج - به دولت اجازه داده می‌شود سه درصد (۳٪) از بهای سیف و سایل سمعی و بصری وارداتی از قبیل تلویزیون رنگی و ویدئو و دوربین فیلمبرداری - به استثنای نیازهای سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران - دریافت و وجوه حاصله را به درآمد عمومی کشور واریز نماید.

د - عبارت "که حداکثر از پنجاه ریال تجاوز نماید" از متن تبصره (۴۵) قانون بودجه اصلاحی سال ۱۳۴۲ کل کشور مصوب ۴/۵/۱۳۴۳، حذف می‌شود.

ه - آیین نامه اجرایی این ماده متضمن نحوه وصول درآمدهای فوق و موارد مصرف آنها به پیشنهاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تأیید سازمان برنامه و بودجه و وزارت امور اقتصادی و دارایی و به تصویب هیأت وزیران می‌رسد.

گزارش عملکرد این ماده هر سه ماده یک بار به کمیسیون‌های ارشاد و هنر اسلامی، امور اقتصادی و دارایی و تعاون و امور برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی ارسال می‌گردد.

قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی

فصل ششم - تبلیغات

ماده ۵۶ - فعالیت تبلیغات انتخاباتی نامزدهای نمایندگی هشت روز قبل از روز اخذ رأی (مرحله اول و دوم) آغاز و تا بیست و چهار ساعت قبل از اخذ رأی ادامه خواهد داشت .

ماده ۵۷ - استفاده از هر گونه پلاکارد، پوستر، دیوار نویسی و کاروانهای تبلیغاتی و استفاده از بلندگوهای سیار در خارج از محیط سخنرانی و امثال آن به استثنای عکس برای تراکت و زندگی نامه و جزوه و همچنین سخنرانی و پرسش و پاسخ از طرف نامزدهای انتخاباتی و طرفداران آنان ممنوع می‌باشد .

متخلفین از این ماده به سه تا سی روز زندان محکوم می‌گردند .

تبصره - اعلام نظر شخصیت‌ها در تأیید نامزدها به شرطی مجاز است که بدون ذکر عنوان و مسئولیت آنها باشد و مدرک کتبی مربوط به امضای آنان تسلیم هیأت اجرایی انتخابات شده باشد .

ماده ۵۸ - هیچ کس حق ندارد آگهی تبلیغاتی نامزدهای انتخاباتی را که در محل‌های مجاز الصاق گردیده در زمان قانونی تبلیغات پاره و یا معدوم یا مخدوش نماید و عمل مرتکب جرم محسوب می‌شود.

ماده ۵۹ - انجام هر گونه فعالیت تبلیغاتی از تاریخ اعلام رسمی اسامی نامزدها برای نامزدهای نمایندگی مجلس از صدا و سیما و میز خطابه نماز جمعه و یا هر وسیله دیگری که جنبه رسمی دولتی دارد و فعالیت کارمندان در ساعات اداری و همچنین استفاده از وسایل و سایر امکانات وزارتخانه‌ها و ادارات، شرکت‌های دولتی و مؤسسات وابسته به دولت و شهرداری‌ها و شرکت‌ها و سازمان‌های وابسته به آنها و نهادها و مؤسساتی که از بودجه عمومی (به هر مقدار) استفاده می‌کنند و همچنین در اختیار گذاشتن وسایل و امکانات مزبور ممنوع بوده و مرتکب مجرم شناخته می‌شود .

تبصره ۱- مؤسسات و نهادهایی که دارایی آنان از اموال عمومی است، همانند بنیاد مستضعفان مشمول این ماده می‌باشند.

تبصره ۲- نشریات و مطبوعات متعلق به سازمان‌ها وزارتخانه‌ها، ادارات، نهادها و مؤسسات یاد شده در متن این ماده، حق تبلیغ برای نامزدهای انتخاباتی را ولو به صورت درج آگهی ندارند.

ماده ۶۰- اعضای هیأت‌های اجرائی و نظارت انتخابات حق تبلیغ له یا علیه هیچ یک از داوطلبان انتخاباتی را نخواهند داشت.

ماده ۶۱- الصاق اعلامیه، عکس، هرگونه آگهی تبلیغاتی بر روی علائم راهنمایی و رانندگی، تابلوی بیمارستان‌ها، تابلوی مدارس و سایر مؤسسات آموزشی و تابلوهای منصوبه در معابر عمومی توسط بخش دولتی و وابسته به دولت و صندوق‌های پست، بجه‌های تلفن، پست‌های برق و تلفن، تابلوها و املاک بخش خصوصی، مگر با رضایت مالکین یا متصرفین ممنوع است و مأمورین انتظامی در صورت مشاهده چنین مواردی متخلفین را جلب و به منظور تعقیب قانونی به مقامات قضائی تحویل می‌نمایند. فرمانداری‌ها و بخشداری‌ها نیز باید نسبت به امحای چنین اوراقی اقدام نمایند و استنکاف از این وظیفه جرم محسوب می‌گردد.

ماده ۶۲- هرگونه آگهی و آثار تبلیغاتی باید قبل از شروع اخذ رأی از محل شعبه ثبت نام و اخذ رأی توسط اعضای شعب امحا گردد.

ماده ۶۳- ستادهای تبلیغات انتخاباتی تنها در مراکز بخش‌ها، شهرها و شهرستان‌ها دایر می‌گردد در شهرهای بزرگ در هر منطقه شهرداری یک محل به عنوان ستاد انتخاباتی می‌تواند دایر گردد. در مواردی که یک منطقه، چند عنوان از عناوین فوق الذکر را داشته باشد در حکم یک عنوان می‌باشد.

تبصره ۱- ستاد تبلیغات انتخابات، مرکزی است که فعالیت‌های تبلیغاتی نامزدها، مندرج در مواد فصل ششم این قانون در آن ساماندهی و انجام پذیرد.

تبصره ۲- تشکیل ستاد تبلیغات انتخاباتی بدون اعلام نشانی محل ستاد و نام مسئول آن به فرمانداری یا بخشداری ممنوع است.

ماده ۶۴- مطبوعات و نشریات حق ندارند آگهی یا مطالبی علیه نامزدهای انتخاباتی درج کنند و یا برخلاف واقع مطلبی بنویسند که دال بر انصراف گروه یا اشخاصی از نامزدهای معین باشد و در هر صورت نامزدها حق دارند پاسخ خود را ظرف هجده ساعت پس از انتشار نشریه مزبور بدهند و

آن نشریه مکلف به چاپ فوری آن طبق قانون مطبوعات می‌باشد. در صورتی که آن نشریه منتشر نشود مسئول آن باید با هزینه خود پاسخ نامزد را به نشریه مشابه دیگری ارسال دارد و آن نشریه مکلف به درج آن در اولین چاپ خود خواهد بود. انتشار این گونه مطالب در غیر مطبوعات نیز ممنوع است و نامزد معترض حق دارد نظر خود را منتشر نماید.

ماده ۶۵ - داوطلبان نمایندگی و طرفداران آنان به هیچ وجه مجاز به تبلیغ علیه داوطلبان دیگر نبوده و تنها می‌توانند شایستگی‌های خود یا داوطلب مورد نظرشان را مطرح نمایند و هرگونه هتک حرمت و حیثیت نامزدهای انتخاباتی برای عموم ممنوع بوده و متخلفین طبق مقررات مجازات خواهند شد.

آیین‌نامه اجرایی قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی

فصل چهارم: تبلیغات

ماده ۳۹ - از زمان ثبت نام داوطلبان تا هنگام شروع تبلیغات رسمی، انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی تحت عنوان نامزد نمایندگی مجلس ممنوع می‌باشد.

ماده ۴۰ - تبلیغات انتخاباتی نامزدهای نمایندگی هشت (۸) روز قبل از روز اخذ رأی آغاز می‌شود و دقیقاً بیست و چهار (۲۴) ساعت قبل از شروع اخذ رأی پایان می‌پذیرد.

ماده ۴۱ - چنانچه نامزدهای انتخاباتی بخواهند در آثار تبلیغاتی از اعلام نظر شخصیت‌ها در تأیید خود استفاده کنند، لازم است اولاً اعلام نظر شخصیت‌ها بدون ذکر عنوان و مسئولیت باشد، ثانیاً مدرک کتبی امضا شده ایشان، تسلیم هیأت اجرائی شده باشد.

ماده ۴۲ - پس از اعلام حمایت گروه‌ها و مجامع و اقسام مختلف به نامزد مورد نظر وی می‌تواند حمایت آنان را در آثار تبلیغاتی مجاز خود درج و منتشر نماید.

ماده ۴۳ - نصب هرگونه تابلو که نشان دهنده مکان ستاد تبلیغات انتخاباتی نامزدها باشد، بلامانع است.

ماده ۴۴ - عکس برای تراکت، زندگی‌نامه و جزوه در صورت رعایت موارد زیر، نوع و محدودیت خاص دیگر نداشته و رنگی یا غیر رنگی بودن کاغذ یا نوشته آثار تبلیغاتی مجاز بلامانع است. مقصود از تراکت، هر نوع مطلب و عکس مجاز تبلیغاتی است که در قطع حداکثر ۱۵ * ۲۰ سانتی‌متر از کاغذ یا مقوا چاپ و منتشر می‌گردد. زندگی‌نامه و جزوه نیز هر نوع مطلب و عکس مجاز تبلیغاتی است که به صورت دفتر یا کتاب منتشر شده و اندازه صفحات آن نباید از ۱۵ * ۲۰ سانتی‌متر تجاوز نماید.

ماده ۴۵ - این ماده حذف گردید.

ماده ۴۶ - نصب هرگونه آثار تبلیغاتی به صورت پلاکارد توسط اقشار، گروه‌ها و احزاب و جمعیت‌ها به شرطی مجاز است که فقط در جهت تشویق و ترغیب شرکت مردم در انتخابات باشد و ذکر از اسامی نامزد یا نامزدهای خاصی نداشته باشد.

ماده ۴۷ - نامزدهای انتخاباتی می‌توانند با استفاده از آثار تبلیغاتی مجاز به صورت مشترک نیز تبلیغات انتخاباتی داشته باشند.

ماده ۴۸ - نصب و استفاده از بلندگو صرفاً در محل ستاد تبلیغاتی نامزدها و محل سخنرانی ایشان مجاز است. استفاده از بلندگو در خارج از محیط سخنرانی و ستاد تبلیغاتی ممنوع می‌باشد.

ماده ۴۹ - اعضای شعب ثبت نام و اخذ رأی موظف‌اند قبل از شروع اخذ رأی، هرگونه آگهی و آثار تبلیغاتی نامزدها را از محل شعب ثبت نام امحا نمایند و ترتیبی اتخاذ کنند که در طول ساعات رأی‌گیری نیز محل اخذ رأی عاری از هرگونه آثار تبلیغاتی نامزدها باشد.

ماده ۵۰ - تشکیلات ستادهای تبلیغات انتخاباتی تنها در مراکز بخش‌ها (اعم از این که مرکز بخش، شهر یا روستا باشد) شهرها و شهرستان‌ها مجاز بوده و در شهرهای بزرگ در هر منطقه شهرداری می‌توان یک محل به عنوان ستاد تبلیغاتی دایر کرد. قبل از تشکیل ستاد لازم است محل ستاد و نام مسئول آن به فرمانداری یا بخشداری اعلام گردد.

ماده ۵۱ - نامزدهای نمایندگی باید طرفداران خود را به نحو مقتضی توجیه نمایند تا از پاره کردن یا محو آثار تبلیغاتی سایر نامزدها خودداری کنند و برعلیه دیگر نامزدهای انتخاباتی به هیچ طریقی تبلیغ ننمایند.

ماده ۵۲ - شهرداری‌ها می‌توانند با استفاده از امکانات محلی، مکان‌های مناسبی را برای الصاق و یا ارائه آثار تبلیغاتی نامزدها تعیین نمایند.

ماده ۵۳ - فرمانداران و بخشداران موظف‌اند از طریق نیروی انتظامی، شهرداری و سایر مراجع محلی نسبت به امحای آثار تبلیغاتی که در محل‌های ممنوع نصب شده‌اند، اقدام نمایند.

آئین‌نامه اجرایی قانون انتخابات شوراهای

فصل پنجم - تبلیغات

ماده ۶۲ - مدت فعالیت تبلیغات انتخاباتی برای کلیه نامزدها یکسان است و (۸) روز قبل از روز اخذ رأی آغاز می‌گردد و تا (۲۴) ساعت قبل از روز اخذ رأی ادامه خواهد داشت.

ماده ۶۳- در فعالیت‌های تبلیغاتی انتخاباتی، انجام امور ذیل ممنوع است و مرتکبین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

۱- نوشتن و یا اظهار مطالب خلاف واقع.

۲- دیوار نویسی، راه‌اندازی کاروان‌های تبلیغاتی و استفاده از بلندگوهای سیار خارج از محل سخنرانی و یا ستاد تبلیغاتی انتخاباتی.

۳- اعلام نظر شخصیت‌ها در تأیید نامزدها با ذکر عنوان و مسئولیت آنان.

۴- استفاده از صدا و سیما و میز خطابه نماز جمعه یا هر وسیله دیگری که جنبه رسمی و دولتی دارد.

۵- فعالیت انتخاباتی کارمندان در ساعات اداری.

۶- استفاده از وسایل و امکانات وزارتخانه‌ها و ادارات، شرکت‌های دولتی و مؤسسات وابسته به دولت و شهرداری‌ها و شرکت‌ها و سازمان‌های وابسته به آن‌ها و نهادها و مؤسساتی که از بودجه عمومی (به هر میزان) استفاده می‌کنند و همچنین در اختیار گذاشتن وسایل و امکانات مذکور.

۷- فعالیت تبلیغاتی مجریان و ناظران انتخابات برای نامزدهای انتخاباتی در قلمرو مسئولیت خود.

۸- الصاق هرگونه آثار تبلیغاتی نامزدها بر روی علائم راهنمایی و رانندگی، تابلوی بیمارستان‌ها، تابلوی مدارس و سایر مؤسسات آموزشی و تابلوهای منصوبه در معابر عمومی توسط بخش دولتی و وابسته به دولت و همچنین تأسیسات عمومی و دولتی و صندوق‌های پست، بجه‌های تلفن، پست‌های برق و تلفن، تابلوها و املاک بخش خصوصی (مگر با رضایت مالکان یا متصرفان) و هرگونه تابلوی راهنما، مأمورین انتظامی در صورت مشاهده چنین مواردی متخلفان را جلب و به منظور تعقیب قانونی به مقامات قضایی تحویل می‌نمایند. بخش‌داری‌ها موظف‌اند با استفاده از امکانات محلی نسبت به امحای چنین اوراقی اقدام نمایند.

۹- تبلیغ علیه نامزدها و هرگونه هتک حرمت و حیثیت آنان.

۱۰- پاره یا معدوم نمودن عکس و آثار تبلیغاتی نامزدهای انتخاباتی در مدت و زمان قانونی تبلیغات که در محل‌های مجاز الصاق شده و یا نصب شده باشد.

۱۱- انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی تحت عنوان داوطلبی خارج از مهلت قانونی تبلیغات.

تبصره ۱- درجات تحصیلی و سوابق خدمات و فعالیت‌های مورد ادعا در آثار تبلیغاتی باید مستند به مدارکی باشد که در صورت نیاز هیأت اجرایی، ارائه آن‌ها امکان‌پذیر باشد.

تبصره ۲- استفاده از امکانات تبلیغی مؤسساتی که به نحوی از بودجه عمومی استفاده می‌کنند

ولی با رعایت ضوابط و انعقاد قرارداد و اخذ وجه از اشخاص حقیقی و حقوقی برای آن‌ها کارهای تبلیغاتی انجام می‌دهند (مثل نشریات وابسته به دولت)، در تبلیغات انتخاباتی بلامانع است.

تبصره ۳- استفاده از اماکن دولتی و عمومی مشروط به اخذ مجوز از مقامات ذی صلاح و پرداخت هزینه برابر برای تمامی نامزدها و طرفداران آنان بلامانع است.

تبصره ۴- بخشداری‌ها می‌توانند با استفاده از امکانات محلی، محل‌های مناسبی اعم از ثابت یا سیار برای الصاق یا ارائه آثار تبلیغاتی نامزدها تعیین نمایند و در صورت لزوم هزینه لازم را از آنان اخذ کنند.

تبصره ۵- استفاده از هرگونه آثار تبلیغاتی نامزدها و طرفداران آنان اعم از کاغذی، پارچه‌ای، مقوایی، فلزی و یا هر جنس دیگر با ابعاد بیشتر ۷۰×۱۰۰ سانتی متر ممنوع است.

تبصره ۶- شرکت پست در چارچوب اساسنامه خود فقط می‌تواند در امر توزیع آثار تبلیغاتی نامزدها اقدام نماید.

ماده ۶۴- مطبوعات و نشریات حق ندارند آگهی یا مطالبی علیه نامزدهای انتخاباتی درج نمایند و یا مطالبی بنویسند که دال بر انصراف گروه یا اشخاصی از نامزدهای معین باشد، در این صورت نامزدها حق دارند پاسخ خود را به نشریه مزبور بدهند و آن نشریه طبق قانون مطبوعات مکلف به چاپ فوری آن در مهلت مجاز تبلیغات می‌باشد.

تبصره- مطبوعات و نشریات در انتشار هرگونه مطلب درخصوص نامزدها مکلفند به نحوی اقدام نمایند که فرصت پاسخگویی برای نامزد در مهلت مجاز تبلیغاتی فراهم باشد.

ماده ۶۵- انتشار اعلام نظر شخصیت‌ها (بدون ذکر عنوان مسئولیت آنان)، مجامع، احزاب و گروه‌های مجاز، در تأیید نامزد انتخاباتی باید مستند به مدرک کتبی و امضا شده مربوط به تأیید و حمایت باشد و در صورت درخواست هیأت اجرایی، نامزد انتخاباتی مکلف به ارائه این مستندات و مدارک باشد.

ماده ۶۶- هم‌زمان با آغاز کار ستاد تبلیغات انتخاباتی نامزدها، نشانی و محل ستاد و نام مسئول آن کتباً و با امضای نامزد انتخاباتی مربوط، به آگاهی هیأت اجرایی حوزه انتخابیه برسد.

تبصره- ستاد تبلیغات انتخاباتی، مرکزی است که فعالیت‌های تبلیغاتی نامزدها و طرفداران آنان مندرج در مواد فصل پنجم این آیین‌نامه در آن ساماندهی و انجام پذیرد. هر داوطلب تنها می‌تواند یک ستاد تبلیغاتی دایر نماید.

ماده ۶۷- هرگونه عکس و آثار تبلیغاتی نامزدهای انتخاباتی که در محل شعبه ثبت نام و اخذ رأی

وجود دارد باید قبل از اخذ رأی، توسط اعضای شعبه امحا شود.

اصلاحیه آئین نامه ممنوعیت به کارگیری اسامی بیگانه.

در ماده (۶) واژه «خدمات» بعد از واژه «نام گذاری» و عبارت «با درج معنا و خاستگاه» بعد از عبارت «مربوط» اضافه می شود.

در ماده (۷)، عبارت «خدمات یا» بعد از واژه «خاص» اضافه می شود.

ماده (۱۰) به شرح زیر اصلاح می شود:

ماده ۱۰- فرهنگستان موظف است با همکاری دستگاه های مشمول این آئین نامه به منظور زمینه سازی برای اجرای قانون و این آئین نامه تا سه سال واژه های بیگانه ای را که در دستگاه های یادشده به کار می رود، به معادل فارسی تبدیل کند.

تبصره ماده (۱۲) به شرح زیر اصلاح می شود:

تبصره

به منظور رعایت حقوق مکتسبه و حمایت از تولیدکنندگان داخلی و صادرکنندگان، ادامه فعالیت واحدها، ارائه خدمات و تولید کالاهایی که قبلاً با نام غیرفارسی، پروانه یا مجوز گرفته اند، منوط به موافقت شورای موضوع ماده (۱۷) این آئین نامه است.

تبصره ماده (۱۴) به شرح زیر اصلاح می شود:

تبصره

در مواردی که کاربرد خط غیرفارسی به تشخیص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ضرورت داشته باشد، تا یک سوم اندازه خط فارسی بلامانع است.

ماده (۱۷) به شرح زیر اصلاح می شود:

ماده ۱۷- به منظور هماهنگی بین دستگاه های اجرایی ذی ربط در انجام تکالیف مشخص شده در قانون و این آیین نامه و رفع مشکلات اجرایی، شورای هماهنگی پاسداشت زبان فارسی به ریاست وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان تام الاختیار وزرای کشور، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، صنعت، معدن و تجارت، امور اقتصادی و دارایی و رؤسای سازمان های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ثبت اسناد و املاک کشور و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و فرمانده نیروی انتظامی، شهردار تهران و رییس فرهنگستان تشکیل خواهد شد. تصمیمات شورا حسب مورد برای اجرا یا تصمیم گیری

مراجع قانونی ذی ربط ارسال می شود.

تبصره

در صورت لزوم نمایندگان سایر دستگاه‌های ذی ربط با دعوت رییس شورا در جلسات حضور می‌یابند.

اسحاق جهانگیری، معاون اول رییس جمهور، این مصوبه را برای اجرا به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وزارت کشور و فرهنگستان زبان و ادب فارسی ابلاغ کرد.

آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه که در تاریخ ۱۳۷۸/۰۲/۱۹ پس از تصویب هیأت وزیران، از سوی «حسن حبیبی» معاون اول رییس جمهوری وقت، ابلاغ شد را می‌توانید از اینجا ببینید.



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
سازمان اسناد و کتابخانه ملی
دفتر مجلات و نشر روزی فرهنگی

