

بسمه تعالی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
وزیر

شماره: ۱۱۳۰۸۴
تاریخ: ۱۴۰۱/۱/۳۱
ساعت:
پیوست: ۵ دارد

« سال تولید، پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها »

کلیه وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی

سلام علیکم

در اجرای بند (۵) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درخصوص تمرکز، توزیع و نشر آگهی‌های دولتی، به پیوست «دستورالعمل اجرایی نحوه توزیع و انتشار آگهی‌های دولتی» جهت اجرا ابلاغ می‌شود.

رونوشت:

- دفتر مقام معظم رهبری - دفتر رئیس جمهور - دفتر رئیس قوه قضاییه - دفتر رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام - دفتر معاون اول رئیس جمهور - سازمان برنامه و بودجه کشور - سازمان اداری و استخدامی کشور - دیوان محاسبات کشور - دیوان عدالت اداری - سازمان بازرسی کل کشور - اداره کل قوانین مجلس شورای اسلامی - دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت - دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی - دبیرخانه شورای اجرایی فناوری اطلاعات - دفتر هیئت دولت - روزنامه رسمی کشور - معاونت حقوقی رئیس جمهور - کلیه معاونت‌ها و رؤسای سازمان‌های تابعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

دبیرخانه مرکزی ریاست جمهوری

- شرکت‌ها، سازمان‌ها و پژوهشگاه‌ها

شماره: ۱۶۴۷۲

- جناب آقای دکتر فرشاد مهدی پور معاون محترم امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۲/۰۵

ساعت: ۱۶:۱۸

۲۴۹۰۷۳۴

تبصره ۱- رسانه‌های چاپی که طبق ماده ۳ این دستورالعمل، متناسب با گستره مصوب توزیع نمی‌شوند؛ از فهرست دریافت‌کنندگان آگهی، خارج و در صورت رفع اشکال یا ثبت درخواست جهت کاهش گستره و تأیید هیأت نظارت بر مطبوعات، می‌توانند از استان مربوط، سهمیه آگهی دریافت کنند.

تبصره ۲- رسانه‌های چاپی سراسری یا منطقه‌ای که علاوه بر مرکز استان در سایر شهرستانها نیز پروانه دفتر سرپرستی اخذ می‌نمایند؛ سهمیه آگهی آنها افزایش نمی‌یابد بلکه بین مرکز استان و آن شهرستانها تقسیم خواهد شد.

ب) رسانه‌های برخط:

۶-۸ پایگاه‌های خبری: از استانی که دفتر مرکزی آنها در آن قرار دارد؛ سهمیه آگهی دریافت می‌نمایند.

۷-۸ خبرگزاری‌ها: از استانی که دفتر مرکزی یا سرپرستی دارای پروانه فعالیت آنها در آن واقع است سهمیه آگهی دریافت می‌نمایند.



جدول توضیحی ماده ۸

| ردیف | دریافت کننده آگهی | دفتر مرکزی در تهران | دفتر مرکزی در استانی غیر از تهران | دفتر سرپرستی در تهران | دفتر سرپرستی در استانی غیر از تهران | توزیع در استان‌ها | مجری توزیع آگهی |
|------|---|---------------------|-----------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|--------------------------------|--|
| ۱ | روزنامه‌های سراسری | دارد | ندارد | ندارد | ندارد | حداقل در تهران و ۱۷ استان دیگر | اداره کل مطبوعات داخلی |
| ۲ | روزنامه‌های سراسری | دارد | ندارد | ندارد | ندارد | حداقل در تهران و ۱۷ استان دیگر | اداره کل مطبوعات داخلی و ادارات کل استان‌های مرتبط |
| ۳ | روزنامه‌های سراسری | ندارد | دارد | دارد | دارد | حداقل در تهران و ۱۷ استان دیگر | اداره کل مطبوعات داخلی و ادارات کل استان‌های مرتبط |
| ۴ | روزنامه‌های منطقه‌ای | ندارد | دارد | تفاوتی ندارد | تفاوتی ندارد | در ۶۰٪ گستره مصوب | ادارات کل ارشاد استان‌های مرتبط |
| ۵ | روزنامه‌های استانی | ندارد | دارد | ندارد | ندارد | در ۶۰٪ دکه‌های مطبوعاتی | ادارات کل ارشاد استان مرتبط |
| ۶ | روزنامه محلی با گستره توزیع در یک شهرستان | ندارد | ندارد | ندارد | ندارد | شهرستان مربوط | اداره ارشاد شهرستان محل توزیع و دفتر مرکزی |
| ۷ | پایگاه‌های خبری | | | | | | از استانی که دارای دفتر مرکزی هستند |
| ۸ | خبرگزاری‌ها | | | | | | از استانی‌هایی که دارای دفتر مرکزی یا دفتر سرپرستی هستند |

ماده ۹- ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها مکلف هستند توزیع آگهی دولتی را با اولویت‌بندی زیر تخصیص دهند:



- اولویت اول:

رسانه‌های چاپی محلی و استانی و منطقه‌ای و پایگاه خبری که دفتر مرکزی آنها در آن استان قرار دارد.

- اولویت دوم:

الف) رسانه‌های سراسری یا منطقه‌ای چاپی که توسط دفتر مرکزی یا دفاتر سرپرستی دارای پروانه فعالیت، توزیع می‌شوند.

ب) خبرگزاری‌هایی که دارای پروانه فعالیت دفتر مرکزی یا دفتر سرپرستی می‌باشند.

تبصره ۱- اعمال ۵۰٪ سهمیه بیشتر، مندرج در بند ۱ از ماده ۷، برای رسانه‌های چاپی سراسری صدق می‌کند که در این اولویت دارای دفتر مرکزی در استان مربوط، هستند.

تبصره ۲- ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها موظف هستند حداقل ۶۰٪ و حداکثر ۷۰٪ از حجم آگهی‌های دولتی را به اولویت اول و باقیمانده را به اولویت دوم اختصاص دهند. در صورتی که بنا بر شرایط استانی انجام تغییر در درصدهای تعیین شده لازم شود؛ ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استانها مکلفند درصد نسبت‌های مورد نظر را به تأیید اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی برسانند.

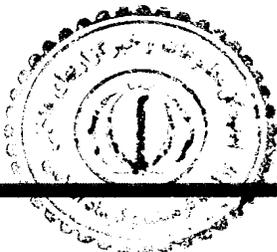
ماده ۱۰- درج آگهی دولتی در ویژه‌نامه‌های استانی یا شهرستانی همه رسانه‌های چاپی، اعم از سراسری یا غیر سراسری ممنوع است.

فصل سوم: نحوه سفارش آگهی

ماده ۱۱- سفارش انتشار آگهی دولتی در رسانه‌ها، مطابق با «شیوه‌نامه تنظیم و ارسال آگهی توسط دستگاه‌های اجرایی»، (طبق پیوست ۱ این دستورالعمل) به ترتیب زیر عمل شود:

۱-۱۱. کارشناس دستگاه مطابق با پیوست ۲ معرفی می‌شود و درخواست چاپ آگهی، در سامانه جامع رسانه‌های کشور، توسط آن کارشناس ثبت و به صورت برخط به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارسال می‌گردد.

۲-۱۱. برای هر فقره آگهی که دارای موضوع متفاوت از دیگری باشد؛ لازم است درخواست مستقل در سامانه ثبت شود.



۳-۱۱. برای اولین تاریخ چاپ درخواستی، لازم است سفارش آگهی، حداقل ۳ روز کاری قبل از موعد مقرر در سامانه ثبت شود.

۴-۱۱. مسئولیت رعایت مقررات و ضوابط مربوط به هر آگهی، به عهده آگهی‌دهنده است. در صورت مشاهده مغایرت و عدم امکان هماهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند به تشخیص خود برای رفع آن، اقدام کند.

تبصره - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز است حسب مورد، نسبت به تغییر موارد پیش‌بینی نشده در آگهی، تصمیم‌گیری نماید.

ماده ۱۲- گواهی ارزش آگهی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از انتشار، صادر می‌شود و هزینه مربوط، توسط دستگاه آگهی‌دهنده در وجه شماره حساب اعلام شده در گواهی (که به نام نشریه یا صاحب امتیاز یا نماینده قانونی وی است) پرداخت می‌شود.

ماده ۱۳- دستگاه‌های آگهی‌دهنده لازم است هزینه آگهی‌های خود را، حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ صدور گواهی، پرداخت و از ارجاع نماینده رسانه به سایر اشخاص حقیقی یا حقوقی و یا برندگان معاملات خودداری کنند. در صورت اعلام مکتوب رسانه مبنی بر عدم رعایت ضرب‌الاجل یک ماهه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، حسب مورد، موضوع را به دستگاه آگهی‌دهنده اعلام می‌نمایند. چنانچه ظرف مهلت مقرر نتیجه‌ای حاصل نشود؛ آگهی‌های جدید آن دستگاه به صورت اعتباری (پرداخت پس از درج)، پذیرفته نمی‌شود و در صورت لزوم سایر اقدامات قانونی انجام خواهد شد.

فصل چهارم: نحوه انتشار آگهی

ماده ۱۴- ارسال آگهی از طریق سامانه مربوط، به منزله تحویل آن به نشریه است.

ماده ۱۵- رسانه‌های چاپی موظف هستند آگهی‌های دریافتی را در صفحات اصلی و مطابق شمارگان منتشره، چاپ و در گستره مصوب، توزیع نمایند. درج تاریخ و شماره صفحه متوالی در کلیه صفحات ضروری است.



ماده ۱۶- رسانه‌های برخط موظف هستند برای انتشار آگهی، نسبت به ایجاد صفحه‌ای مستقل و دائمی (به عنوان آگهی‌های دولتی) در سایت رسانه با امکان جستجو بر روی آن اقدام نمایند به گونه‌ای که همواره در دسترس کاربران و متقاضیان قرار داشته باشد.

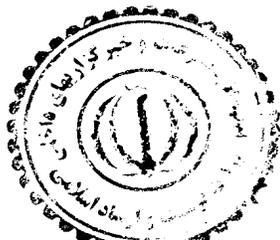
ماده ۱۷- چنانچه آگهی‌های ارسالی به صورت گزینشی پذیرش و چاپ شوند و یا در تمام نسخه‌های توزیع شده رسانه‌های چاپی چاپ نشده باشند یا در صفحه‌ای مستقل و دائمی در رسانه‌های برخط درج نشده باشند؛ رسانه متخلف به مدت شش ماه از فهرست واجدان شرایط دریافت آگهی دولتی، حذف خواهد شد.

ماده ۱۸- هر فقره آگهی دولتی باید به تعداد نوبت درخواستی، در تاریخ، صفحه و اندازه مقرر، با درج شناسه و یا «م الف» چاپ شود و حداکثر ظرف مدت سه روز کاری توسط نماینده رسانه، حسب مورد به اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی یا ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها، ارسال و پس از سه روز کاری، از آن اداره کل دریافت و بلافاصله به دستگاه آگهی‌دهنده ارائه شود.

ماده ۱۹- چنانچه چاپ آگهی در تاریخ درخواستی مقدور نباشد، رسانه موظف است هماهنگی‌های لازم را با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دستگاه آگهی‌دهنده برای تغییر تاریخ چاپ انجام دهد.

ماده ۲۰- رسانه‌های چاپی موظف هستند بایگانی کامل نسخه مکتوب آگهی‌های دولتی چاپ شده خود را حداقل به مدت دو سال در دفتر مرکزی نگهداری نمایند و لازم است نسخه PDF آن، همواره در سایت نشریه قابلیت دریافت برای همگان را داشته باشد. (دریافت هزینه تک نسخه، توسط رسانه، از این بابت بلامانع است). همچنین رسانه‌های غیرچاپی موظف هستند کلیه آگهی‌های دریافتی را همواره در صفحه ایجاد شده طبق ماده ۱۶ این دستورالعمل قرار داده و نگهداری نمایند و همچنین لینک آن را در سامانه جامع رسانه‌های کشور درج نمایند.

ماده ۲۱- در صورت تذکر کتبی هیات نظارت بر مطبوعات و اعلام به معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، مبنی بر توقف سهمیه آگهی به رسانه‌ها، به ازاء هر مورد، نسبت به حذف سهمیه آگهی آن رسانه به مدت یک ماه اقدام خواهد شد.



ماده ۲۲- هرگونه مغایرت آگهی چاپ شده با سفارش دستگاه آگهی دهنده، منجر به تقلیل هزینه آن، طبق جدول زیر خواهد شد. مرجع تشخیص مغایرت و میزان تقلیل هزینه آگهی، اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها هستند.

| ردیف | شرح مغایرت | درصد تغییر هزینه |
|------|---|------------------|
| ۱ | عدم درج یا اشتباه چاپی کلمه، عبارت یا جمله غیر مؤثر | ۱۰٪- |
| ۲ | عدم درج یا اشتباه چاپی در کلمات مؤثر یا ارقام | ۲۰٪- |
| ۳ | عدم درج یک جمله مؤثر | ۳۰٪- |
| ۴ | عدم درج یک پاراگراف کم اثر | ۳۰٪- |
| ۵ | سایه دار شدن جمله یا پاراگرافی از متن آگهی که خواندن آن را با مشکل مواجه سازد. | ۲۰٪- |
| ۶ | در صورتی که نشانگان (آرم) کمی سایه دار و یا دفرمه باشد. | ۵٪- |
| ۷ | درج یا عدم درج نشانگان (آرم) مغایر با درخواست آگهی دهنده | ۲۰٪- |
| ۸ | درج اشتباه یا عدم درج شناسه آگهی یا م الف | ۱۰٪- |
| ۹ | اشتباه در ذکر نوبت چاپ یا عدم درج آن | ۱۰٪- |
| ۱۰ | عدم رعایت تاریخ چاپ، در صورت الزام آگهی دهنده | ۲۰٪- |
| ۱۱ | تغییر مؤثر تاریخ چاپ بدون هماهنگی با سازمان آگهی دهنده و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی | ۱۰۰٪- |
| ۱۲ | چاپ اصلاحیه آگهی در همان صفحه، در صورتی که ناشی از خطای نشریه باشد. | ۱۰۰٪- |
| ۱۳ | عدم درج صحیح تاریخ و شماره صفحات (موضوع ماده ۱۶) | ۱۰٪- |
| ۱۴ | تأخیر بیش از سه روز تا یک ماه در تحویل صورتحساب به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی | ۱۰٪- |
| ۱۵ | تأخیر بیش از یک ماه در تحویل صورتحساب به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی | ۳۰٪- |
| ۱۶ | تخفیف مبلغ به درخواست رسانه | متغیر |
| ۱۷ | هزینه تهیه عکس | حداکثر ۱۰٪+ |
| ۱۸ | هزینه ترجمه | حداکثر ۲۰٪+ |
| ۱۹ | هزینه طراحی | حداکثر ۲۰٪+ |
| ۲۰ | سایر هزینه های جانبی | متغیر |

فصل پنجم: نحوه محاسبه هزینه آگهی

ماده ۲۳- کلیه آگهی‌های دستگاه‌های اجرایی، بر اساس نرخ‌نامه مصوب آگهی‌های دولتی و رتبه‌بندی رسانه‌ها، محاسبه می‌شوند.



ماده ۲۴- چنانچه بنا به محدودیت‌های فنی، آگهی درج شده، نسبت به سفارش اولیه، دارای تغییراتی مانند چاپ در اندازه کوچکتر، تعداد دفعات کمتر، در صفحه ارزانتر و یا فاقد تیتراژ مربوط به صفحه اول باشد؛ محاسبات بر اساس این تغییرات انجام خواهد شد.

ماده ۲۵- چنانچه سفارش دهنده برای درج تیتراژ در صفحه اول، درخواست نماید ولی تعداد کادر را مشخص نکند؛ به اندازه یک کادر صفحه اول برای آن آگهی در نظر گرفته می‌شود.

ماده ۲۶- اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها مجاز نیستند آگهی‌هایی را تأیید کنند که بدون شناسه آگهی و مستقیماً توسط دستگاه‌ها در نشریات درج شده است.

ماده ۲۷- ادارات کل استان‌ها موظف هستند انتشار مستقیم هرگونه آگهی دولتی در رسانه‌ها را که خارج از گردش کار یاد شده صورت گرفته است؛ فهرست کرده و در پایان هر ماه به منظور اتخاذ تدابیر لازم، به استانداری، مراجع ذیربط و اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی ارسال نمایند.

ماده ۲۸- نشریاتی که آگهی‌های دولتی را به صورت مستقیم و بدون تخصیص شناسه توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از دستگاه‌ها، پذیرش و درج کنند؛ پس از تذکر مکتوب اداره کل مربوط، در صورت ادامه تخلف، موارد زیر انجام می‌شود:

۲۸-۱. تا ۳ ماه از فهرست دریافت کنندگان آگهی‌های دولتی حذف می‌شود.

۲۸-۲. پس از گذشت مدت مقرر از آخرین تخلف، میزان ریالی آگهی‌های مستقیم دریافتی، مطابق با نرخ‌نامه آگهی‌های دولتی، از سهمیه نشریه متخلف کسر می‌گردد.

ماده ۲۹- به منظور پیشگیری یا توقف تخلف دستگاه‌های اجرایی در ارسال آگهی مستقیم به رسانه‌ها، اقدامات لازم طبق «شیوه‌نامه‌ی رسیدگی به تخلفات ویژه‌نامه‌ها و آگهی‌های دولتی»، ابلاغی به استان‌ها، به شرح زیر انجام می‌شوند:

ارسال نامه و تذکر به دستگاه آگهی‌دهنده و رونوشت به استانداری مربوط
۲۹-۱. در صورت عدم توجه دستگاه به تذکر، ارسال نامه به اداره کل بازرسی استان و اداره کل اقتصاد و دارایی استان جهت ابلاغ به ذی‌حسابی‌ها



۲-۲۹. در صورت عدم توجه دستگاه و ذیحساب مربوط، ارسال نامه به همراه مستندات لازم و مکاتبات صورت گرفته، به اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی

۳-۲۹. اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی موارد دریافتی از استان‌ها و همچنین موارد احصاء شده در تهران (پس از انجام موارد مندرج در شیوه‌نامه‌ی رسیدگی به تخلفات) را به «دیوان محاسبات کشور» و سایر مراجع ذیربط اعلام می‌نماید.

ماده ۳۰- به منظور شفافیت، هر سه ماه یکبار، گزارش نحوه توزیع آگهی‌ها به تفکیک هر استان در وبگاه معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی می‌شود.

فصل ششم: آگهی‌های ثبتی و دادگستری

ماده ۳۱- آگهی‌های سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکت‌ها، ادارات اجراء، ثبت مناطق و استان‌ها) که در آن، اشخاص حقیقی و یا حقوقی غیردولتی، ملزم به پرداخت وجه هستند؛ مطابق با ماده ۳ نرخ‌نامه، تعیین کادر شده و مبلغ آنها هنگام ثبت درخواست، از ایشان دریافت می‌گردد.

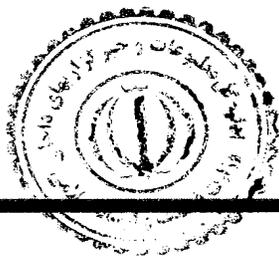
ماده ۳۲- آگهی‌های ثبت شرکت، دو گروه می‌باشند:

۱-۳۲. شرکت‌هایی که بر اساس قانون تجارت، ملزم به انتخاب رسانه خاصی در اساسنامه هستند؛ مانند شرکت‌های سهامی، آگهی به همان رسانه ارسال می‌شود که در این صورت، انتشار آگهی‌های الزامی موضوع قانون تجارت، که به سهام داران اعلام می‌شود؛ در آن رسانه خواهد بود و انتشار سایر آگهی‌های آنها مطابق با ضوابط عمومی در این دستورالعمل صورت می‌گیرد.

۲-۳۲. شرکت‌ها یا مؤسساتی که ملزم به انتخاب رسانه خاصی در اساسنامه نیستند؛ آگهی آنها بر مبنای فهرست مورد تایید اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی برای رسانه‌های واجد شرایط ارسال می‌شود.

ماده ۳۳- آگهی ادارات اجراء و ثبت مناطق و استان‌ها شامل مزایده، افراز، ابلاغ، تحدید حدود، نوبتی سه ماهه، فقدان سند و تعیین تکلیف اراضی و مانند آن می‌باشد؛ در تهران و کلیه استان‌ها، بر مبنای فهرست مورد تایید اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی تخصیص می‌یابد.

تبصره - هزینه آگهی‌های نوبتی سه ماهه و تحدید حدود عمومی، مطابق با ماده ۱ نرخ‌نامه، بر مبنای صفحات داخلی محاسبه و با تایید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، توسط امور مالی ادارات متقاضی پرداخت می‌شود.



ماده ۳۴ - آگهی‌های دادگستری که بین نشریات توزیع می‌شوند؛ بر دو نوع است:

۱-۳۴. آگهی‌های حقوقی که مطابق با ماده ۳ نرخنامه محاسبه شده و مبلغ آنها هنگام ثبت درخواست توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی، واریز می‌شود.

۲-۳۴. آگهی‌های کیفری که از طریق دادگاه‌های جزایی، انقلاب و دادسراها سفارش داده می‌شوند؛ هزینه آنها پس از درج، مطابق ماده ۴ نرخنامه توسط امورمالی دستگاه متقاضی پرداخت می‌شوند.

تبصره - در آن گروه از آگهی‌های ثبتی و یا دادگستری که هزینه آن هنگام ثبت درخواست پرداخت می‌شود و دارای نقشه، نشانه (آرم) و یا هرگونه طرح گرافیکی می‌باشند؛ پس از معادل سازی آنها به صورت کادر، مبلغ آگهی به ازای مجموع کادرهای متنی و گرافیکی، مطابق با نرخنامه محاسبه می‌گردد.

ماده ۳۵ - چنانچه ضوابط مندرج در این دستورالعمل با قوانینی که احکام صریحی را در خصوص نحوه انتشار آگهی‌های ثبتی یا دادگستری مقرر کرده‌اند؛ مغایرت داشته باشد؛ آن قوانین، در حد مغایرت، لازم‌الاجرا خواهند بود.

ماده ۳۶ - رعایت مفاد این دستورالعمل به عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نظارت بر حسن اجرا و تفسیر آن به عهده اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی است.

این دستورالعمل در ۶ فصل، ۳۶ ماده، ۱۳ تبصره و دو پیوست در تاریخ توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ابلاغ شد.



پیوست ۱:

شیوه نامه تنظیم و ارسال آگهی توسط دستگاه‌های اجرایی

برای سفارش درج آگهی دولتی، رعایت موارد زیر ضروری است:

۱. درخواست چاپ آگهی در سامانه درج شود.
۲. متن آگهی در قالب فایل Word باشد و چنانچه آگهی، طرح گرافیکی دارد؛ الزاماً در قالب فایل JPG و Word در سامانه بارگذاری شود.
۳. برای هر فقره آگهی، درخواست جداگانه‌ای در سامانه درج شود.
۴. تعداد نشریات درخواستی بدون ذکر نام باشد.
۵. متن آگهی، حداقل ۳ روز کاری قبل از تاریخ چاپ مورد درخواست، در سامانه درج شود.
۶. در صورتی که آگهی، «تیتتر صفحه اول» دارد؛ ضمن اعلام در سامانه، متن تیتتر مورد نظر، جداگانه، در بالای متن آگهی تایپ شود.
۷. درخواست آگهی برای یکی از چهار گروه زیر تعیین شده باشد:

الف- صفحه اول

ب- صفحه آخر

ج- صفحه دوم یا سوم

د- سایر صفحات داخلی

۸. نشانه (آرم) و ملحقات آن به صورت رنگی در متن آگهی درج شود.

۹. پیش فرض سامانه برای اندازه آگهی، «معمولی» است و قابلیت تغییر به بزرگ یا کوچک را هم دارد.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
وزیر

شماره: ۱۱۳۰۸۴
تاریخ: ۱۴۰۱/۱/۳۱
ساعت:
پیوست: دارد

« سال تولید، پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها »

کلیه وزارت‌خانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی

سلام علیکم

در اجرای بند (۵) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص تمرکز، توزیع و نشر آگهی‌های دولتی، به پیوست «دستورالعمل اجرایی نحوه توزیع و انتشار آگهی‌های دولتی» جهت اجرا ابلاغ می‌شود.

محمد مهدی امامی

پیوست ۲:

کاربرگ معرفی کارشناس دستگاه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

به: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان...../ اداره آگهی‌های دولتی اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی

با سلام

احتراماً بدین وسیله کارشناس (کارشناسان) معرفی شده در جدول زیر، جهت سفارش چاپ آگهی در نشریات از طریق سامانه جامع رسانه‌های کشور معرفی می‌گردند. خواهشمند است مقرر فرمایید اقدام مقتضی صورت پذیرد.

هزینه آگهی‌های چاپ شده، حداکثر یک ماه پس از ارسال گواهی پرداخت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، توسط این دستگاه پرداخت خواهد شد.

| کارشناس ۱ | کارشناس ۲ | |
|-----------|-----------|---------------------------------|
| | | نام و نام خانوادگی |
| | | کد ملی |
| | | شماره همراه |
| | | شماره تلفن محل کار |
| | | امکان درج آگهی و ارسال به ارشاد |
| | | بلی |

کد اقتصادی دستگاه:

شناسه ملی دستگاه:

نشانی و کد پستی:

نام و امضاء مقام مسئول

سمت مقام مسئول و مهر دستگاه



دستورالعمل اجرایی نحوه توزیع و انتشار آگهی‌های دولتی

قانون مربوط به نشر آگهی‌های دولتی مصوب ۱۳۳۶/۴/۱۳ و متعاقباً بند ۵ از ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعیین ضوابط توزیع و نشر انواع آگهی‌های دولتی در داخل و خارج از کشور را از وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دانسته و بر تمرکز این امور در این وزارتخانه تصریح کرده است. بر این اساس دستورالعمل اجرایی نحوه توزیع و انتشار این آگهی‌ها، به شرح زیر ابلاغ می‌شود و کلیه دستگاه‌های اجرایی و همچنین نشریات دارای مجوز از هیات نظارت بر مطبوعات، مکلف به اجرای این ضوابط هستند.

فصل اول: کلیات

ماده ۱- تعاریف. عبارت‌ها یا واژه‌های به کار رفته با توجه به مفهومی که در این دستورالعمل دارند؛ به شرح زیر تعریف می‌شوند:

۱-۱. **دستگاه اجرایی:** بر اساس ماده ۵ قانون مدیریت خدمات کشوری، دستگاه‌های اجرایی شامل کلیه وزارتخانه‌ها، مؤسسات دولتی، مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی، شرکتهای دولتی و کلیه دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر و یا تصریح نام است از قبیل شرکت ملی نفت ایران، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، بانک مرکزی، بانک‌ها و بیمه‌های دولتی، دستگاه اجرائی نامیده می‌شوند.

به استناد این ماده قانونی، کلیه وزارتخانه‌ها، مؤسسات دولتی، مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی (از جمله شهرداری‌ها و شرکت‌های تابعه آنها مادام که بیش از ۵۰٪ سهام و سرمایه آنان متعلق به شهرداری‌ها باشد، هلال احمر، کمیته ملی المپیک، سازمان تامین اجتماعی و ...) نهادهای انقلابی کشوری و لشکری شرکت‌ها و مؤسسات دولتی (شرکت‌ها و موسساتی که بیش از ۵۰٪ سرمایه آنها متعلق به دولت است) و کلیه دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر و یا تصریح نام است از قبیل شرکت ملی نفت ایران، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، بانک مرکزی، بانک‌ها و بیمه‌های دولتی، هستند.

۲-۱. **رسانه:** در این دستورالعمل شامل روزنامه‌ها، نشریات چاپی، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری دارای مجوز، مطابق با ماده یک قانون مطبوعات می‌باشد.



۱-۳. آگهی دولتی: به آگهی گفته می‌شود که طبق مقررات، توسط دستگاه‌های اجرایی برای درج در رسانه‌ها اقدام می‌شود و دارای سه نوع کلی است:

۱-۳-۱. آگهی‌هایی که مستقیماً مرتبط با وظایف دستگاه‌های اجرایی است؛ به نام آگهی دولتی

۱-۳-۲. آگهی‌های مرتبط با قوانین سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، به نام آگهی ثبتی

۱-۳-۳. آگهی‌های محاکم قضایی و شوراها حل اختلاف، به نام آگهی دادگستری

انواع آگهی‌های دولتی فوق‌الاشاره، شامل موارد زیر می‌باشند:

ابلاغ، ابلاغ اجرائیه، رای، احضار، اخراج، اخطار، ارزیابی کیفی، استخدام، اصلاحیه، اطلاعیه، افراز یا عدم افراز، انفصال، بازخرید، تأسیس، تغییرات، تصفیه و ورشکستگی شرکت، تعیین تکلیف اراضی، تملک، تمدید، حراج، حصروراثت، خرید، دادنامه، دعوت، شناسایی، عدم تسلیم سند مالکیت، فراخوان، فقدان، فقدان سند، مزایده، مفقودی، مناقصه، نقل و انتقال، نوبتی.

۱-۴. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: در این دستورالعمل، به اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی در تهران و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی سایر استان‌ها اطلاق می‌شود.

ماده ۲- کلیه دستگاه‌های اجرایی موضوع ماده ۵ قانون مدیریت خدمات کشوری مکلفند انتشار آگهی‌های خود را صرفاً از طریق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سفارش دهند. این وزارتخانه نیز با در نظر گرفتن اهداف و موضوع فعالیت دستگاه‌ها برای انتشار آگهی، نوع مخاطبان، میزان فراگیری انتشار، عدالت و عدم تبعیض ناروا، در حمایت از رسانه‌ها و رتبه نشریات، آگهی‌های مذکور را توزیع می‌کند.

تبصره - به استناد بخشنامه شماره ۱۵۴۰۸۲ مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۱ معاون اول محترم رئیس‌جمهور، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز است عنوان کلیه آگهی‌ها را به اندازه کوچکترین کادر واحد، در ارزانتین صفحه، برای درج در یک رسانه (اعم از کاغذی یا الکترونیکی) علاوه بر تعداد رسانه درخواستی، ارسال نماید و هزینه آن بر عهده دستگاه آگهی دهنده خواهد بود.

ماده ۳- رسانه‌هایی مشمول دریافت سهمیه آگهی‌های دولتی می‌شوند که واجد شرایط زیر باشند:

۱-۳. رسانه‌هایی که دارای مجوز از هیأت نظارت بر مطبوعات باشند و درخواست خود را از طریق سامانه جامع رسانه‌های کشور ارائه داده باشند.



۲-۳. دارای لیست بیمه باشند و کد کارگاهی خود را در سامانه درج نمایند. چنانچه چند نشریه دارای صاحب امتیاز واحد باشند؛ ارائه یک فهرست بیمه برای آنها کفایت می‌کند.

۳-۳. کثیرالانتشار باشند:

الف) رسانه‌های چاپی: روزنامه‌ها و نشریات سراسری، علاوه بر استان تهران، حداقل در ۱۷ استان دیگر توزیع شوند. روزنامه‌ها و نشریات محلی، استانی و منطقه‌ای در صورت توزیع در بیش از ۶۰٪ دکه‌های مطبوعاتی گستره مصوب، نشریه «کثیرالانتشار» محسوب می‌شوند. میزان توزیع نشریات به صورت ادواری توسط اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها بررسی و به روز رسانی می‌شود.

تبصره ۱- تعداد نسخ توزیع شده‌ی قابل قبول برای رسانه‌های چاپی در هر دوره، توسط معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی تعیین می‌شود.

۴-۳. حداقل حدنصاب‌های لازم برای قرار گرفتن در فهرست رسانه‌های واجد شرایط آگهی‌های دولتی:

| منطقه‌ای، استانی و محلی در استان‌های کم برخوردار | | منطقه‌ای، استانی و محلی (غیر تهران) | | سراسری | | نوع حدنصاب |
|--|------------|-------------------------------------|------------|--------|------------|----------------|
| | | | | نشریات | روزنامه‌ها | |
| نشریات | روزنامه‌ها | نشریات | روزنامه‌ها | نشریات | روزنامه‌ها | |
| ۴۰ | ۲۵ | ۵۰ | ۳۵ | ۷۰ | ۴۰ | ضریب کیفی |
| ٪۵۰ | ٪۵۰ | ٪۸۰ | ٪۸۰ | ٪۸۰ | ٪۸۰ | نظم در انتشار |
| ۴ | ۴ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | تعداد صفحات |
| ۲۵×۳۵ | ۲۵×۳۵ | ۲۵×۳۵ | ۲۵×۳۵ | ۲۵×۳۵ | ۲۵×۳۵ | ابعاد هر صفحه |
| - | الزامی | - | الزامی | - | الزامی | دارا بودن سایت |

تبصره ۲- حداقل «ضریب کیفی»، «نظم در انتشار»، «ابعاد» و «تعداد صفحات»، حسب مورد برای رسانه‌های چاپی محلی، استانی و منطقه‌ای و حداقل «ضریب کیفی» برای روزنامه‌های سراسری، با تعیین ضرب‌الاجل برای رسیدن به حدنصاب لازم، به پیشنهاد معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی و پس از تأیید وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی قابل تغییر است.



ب) رسانه‌های برخط:

۵-۳. دارا بودن حداقل ضریب کیفی ۶۵ برای رسانه‌های برخط که دفتر مرکزی آنها در تهران قرار دارد. (حداکثر ۴۰ رسانه که از بالاترین امتیاز ضریب کیفی برخوردارند در فهرست قرار می‌گیرند.

۶-۳. در هر یک از استان‌های غیر تهران، حداکثر ۵ رسانه برخط مشمول دریافت آگهی دولتی قرار می‌گیرند که دارای بالاترین امتیاز ضریب کیفی باشند.

تبصره ۳- تخصیص آگهی به هر رسانه منوط به عدم مغایرت قوانین و ضوابط مربوط به هر نوع آگهی است. بدین مفهوم که چنانچه در هر یک از قوانین و یا مصوبات، درج آگهی در نوع رسانه‌ای خاص تصریح شده باشد؛ آگهی به همان نوع رسانه تخصیص می‌یابد.

۷-۳. به رسانه‌های غیر روزنامه و کلیه رسانه‌های تخصصی و اختصاصی در صورت درخواست دستگاه سفارش‌دهنده، با ذکر نام رسانه یا به صورت گروهی، آگهی تعلق می‌گیرد.

۸-۳. در طول یک سال منتهی به سفارش آگهی، بیش از دو بار مغایرت منجر به کاهش مبلغ، طبق جدول ماده ۲۲ این دستورالعمل نداشته باشند. در غیر این صورت به مدت دو ماه از دریافت سهمیه آگهی دولتی محروم خواهند شد.

۹-۳. رسانه‌هایی که مجوز جدید دریافت می‌کنند و نیز رسانه‌های چاپی که تغییر وضعیت داده و به روزنامه و یا گستره سراسری تبدیل شده‌اند؛ همچنین رسانه‌های برخطی که به چاپی تغییر وضعیت داده‌اند؛ پس از گذشت سه سال می‌توانند درخواست خود برای انتشار آگهی‌های دولتی را از طریق سامانه جامع رسانه‌های کشور ارائه دهند مشروط به اینکه در دو سال منتهی به درخواست، نظم انتشار مندرج در این دستورالعمل را رعایت کرده باشند.

۱۰-۳. رسانه‌های فاقد امتیاز ثبت شده در سامانه، در صورت درخواست سهمیه آگهی دولتی، باید جهت تعیین امتیاز اقدام نمایند.

ماده ۴- صاحبان امتیاز و یا مدیران مسوول دارای رسانه‌های متعدد، حداکثر برای دو رسانه خود، با زمینه‌های متفاوت، می‌توانند سهمیه آگهی دولتی درخواست نمایند.

ماده ۵- نرخنامه آگهی‌های دولتی هر سال توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی تعیین، اطلاع‌رسانی و ابلاغ می‌شود و تا ابلاغ نرخنامه بعدی به قوت خود باقی است.



ماده ۶- رتبه آگهی حسب آخرین امتیازی که در «سامانه جامع رسانه‌های کشور» ثبت شده، به شرح زیر تعیین می‌شود:

الف) رسانه‌های چاپی: (طبق جدول ردیف ۴ از ماده ۳)

جدول محاسبه رتبه آگهی‌های دولتی برای رسانه‌های چاپی

| رتبه | امتیاز |
|------|----------------|
| ۱ | از ۸۰ به بالا |
| ۲ | از ۶۰ تا ۷۹/۹۹ |
| ۳ | از ۵۰ تا ۵۹/۹۹ |
| ۴ | از ۴۰ تا ۴۹/۹۹ |
| ۵ | کمتر از ۴۰ |

تبصره ۱- با توجه به شیوع بیماری کرونا، رسانه‌های چاپی (با گستره منطقه‌ای، استانی یا محلی) در استان‌های غیر تهران، در صورت احراز شرایط این دستورالعمل، یک رتبه بالاتر از حدنصاب ضریب کیفی محاسبه می‌شوند. همچنین روزنامه‌هایی که در این دوره دارای ضریب کیفی ۷۰ و بالاتر می‌باشند؛ تا تعیین ضریب کیفی بعدی می‌توانند در رتبه یک محاسبه می‌شوند.



ب) رسانه‌های برخط:

جدول محاسبه رتبه آگهی‌های دولتی برای خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری

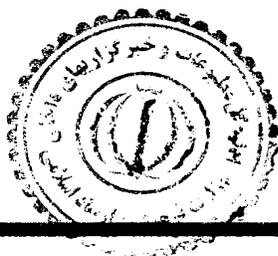
| رتبه | میزان آگهی‌های دولتی |
|------|----------------------|
| ۱ | از ۸۰ به بالا |
| ۲ | از ۶۵ تا ۷۹/۹۹ |

تبصره ۲- چنانچه دفتر مرکزی رسانه برخطی در استانی غیر از تهران باشد که دارای امتیاز کیفی کمتر از ۶۵ است ولی در زمره ۵ رسانه‌ی برتر استان قرار گرفته، در رتبه ۲ محاسبه می‌شود.

فصل دوم: ضوابط توزیع آگهی‌های دولتی

ماده ۷- آگهی‌های دولتی بر اساس ضوابط زیر توزیع می‌شوند:

- ۱-۷. حجم آگهی‌های تخصیص یافته به رسانه‌های چاپی (غیر از رتبه یک)، که دارای گستره توزیع و دوره انتشار یکسان هستند؛ نباید بیشتر از ۱۰۰٪ با یکدیگر اختلاف داشته باشد.
- ۲-۷. حجم آگهی‌های تخصیص یافته به رسانه‌های برخط، که دارای شرایط یکسان هستند؛ نباید بیشتر از ۱۰۰٪ با یکدیگر اختلاف داشته باشد.
- ۳-۷. میزان آگهی‌های تخصیصی به رسانه‌ها بر اساس تجمیع انواع آگهی‌های دولتی محاسبه می‌شود.
- ۴-۷. سهمیه رسانه‌هایی که در طول سال به فهرست اضافه می‌شوند بر اساس تعداد ماه‌هایی محاسبه می‌شود که واجد شرایط بوده‌اند.
- ۵-۷. رسانه‌هایی که به هر دلیل از فهرست دریافت کنندگان آگهی خارج و پس از مدتی، مجدداً وارد فهرست می‌شوند؛ در آن مدت، سهمیه آگهی برای آنها منظور نخواهد شد.
- ۶-۷. سفارش درج آگهی دستگاه‌های اجرایی، به تشخیص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بر اساس ضوابط این دستورالعمل، به رسانه‌های واجد شرایط، ارسال می‌شود.



۷-۷. در صورتی که دستگاه آگهی دهنده، اصرار به انتشار آگهی در رسانه‌ای خاص را داشته باشد که به استناد بندهای ۱ و ۲ این ماده موقتاً از فهرست دریافت کنندگان آگهی خارج شده باشد، سفارش او مشروط به درخواست انتشار آگهی برای دو رسانه دیگر پذیرفته خواهد شد.

۸-۷. چنانچه رسانه پیشنهادی دستگاه آگهی دهنده، شرایط دریافت آگهی دولتی را داشته باشد؛ طبق نظر آگهی دهنده اقدام خواهد شد.

۹-۷. درج عنوان آگهی دولتی در رسانه‌ها و ارجاع مخاطبان برای مشاهده متن کامل آن در وبگاه سازمان یا مانند آن، صرفاً پس از درج کامل یک نوبت آگهی در رسانه‌های واجد شرایط، پذیرفته خواهد شد.

۱۰-۷. اسامی رسانه‌های واجد شرایط، بر مبنای ماده ۳ این دستورالعمل، پس از فراهم شدن بستر لازم، به صورت برخط در سامانه جامع رسانه‌های کشور، قرار خواهد گرفت.

۱۱-۷. ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها موظف هستند کلیه آگهی‌های دولتی را صرفاً از طریق «سامانه جامع رسانه‌های کشور» توزیع نمایند و ارسال هر یک از انواع آگهی‌های دولتی خارج از سامانه، تخلف محسوب می‌شود.

ماده ۸- آگهی‌های دولتی توسط ادارات زیر توزیع می‌شوند:

الف) رسانه‌های چاپی:

۱-۸. رسانه‌های چاپی محلی: اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان مربوط، با نظارت اداره کل استان.

۲-۸. رسانه‌های چاپی استانی: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان.

۳-۸. رسانه‌های چاپی منطقه‌ای: اداره کل استانی که دفتر مرکزی نشریه در آن واقع است و ادارات کل استان‌هایی که نشریه در آن استان‌ها، توسط دفتر سرپرستی دارای پروانه فعالیت، توزیع می‌شود.

۴-۸. رسانه‌های چاپی سراسری که دفتر مرکزی یا سرپرستی آن‌ها در تهران واقع است و حداقل در ۱۷ استان دیگر توزیع می‌شوند: اداره کل مطبوعات و خبرگزاری‌های داخلی و ادارات کل استان‌هایی که نشریه در آن استان‌ها، توسط دفتر سرپرستی دارای پروانه فعالیت، توزیع می‌شود.

۵-۸. رسانه‌های چاپی شهرستان‌های استان تهران و رسانه‌های چاپی استانی تهران و رسانه‌های چاپی منطقه‌ای که دفتر مرکزی آن‌ها در تهران واقع است یا توسط دفتر سرپرستی دارای پروانه فعالیت، در تهران توزیع می‌شوند: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران.

